



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS (UFG)
FACULDADE DE LETRAS (FL)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS E LINGUÍSTICA (PPGLL)

AMANDA BORGES SILVA

**ASPECTOS LINGUÍSTICOS, DISCURSIVOS E COGNITIVOS DO
PORTUGUÊS ESCRITO EM CARTAZES DE RUA**

GOIÂNIA

2023



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE LETRAS

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação Tese Outro*: _____

*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

2. Nome completo do autor

Amanda Borges Silva

3. Título do trabalho

Aspectos Linguísticos, discursivos e cognitivos do português escrito em cartazes de rua

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

- a) consulta ao(à) autor(a) e ao(à) orientador(a);
- b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação. O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Leosmar Aparecido Da Silva, Professor do Magistério Superior**, em 11/05/2023, às 17:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Amanda Borges Silva, Discente**, em 18/05/2023, às 12:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3741142** e o código CRC **96B73C43**.

AMANDA BORGES SILVA

**ASPECTOS LINGUÍSTICOS, DISCURSIVOS E COGNITIVOS DO
PORTUGUÊS ESCRITO EM CARTAZES DE RUA**

Tese/Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, da Faculdade Letras, da Universidade Federal de Goiás (UFG), como requisito para obtenção do título de Mestra em Letras e Linguística.

Área de concentração: Estudos Linguísticos.

Linha de Pesquisa: LP4 - Forma e funcionamento de línguas indígenas, línguas de sinais, língua portuguesa e outras línguas.

Orientador: Prof. Dr. Leosmar Aparecido da Silva

**GOIÂNIA
2023**

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

SILVA, AMANDA BORGES

Aspectos Linguísticos, discursivos e cognitivos do português escrito em cartazes de rua [manuscrito] / AMANDA BORGES SILVA. 2023.

CXI, 111 f.: il.

Orientador: Prof. Leosmar Aparecido Silva.
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Letras (FL), Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, Goiânia, 2023.

Anexos.
Inclui siglas, mapas, fotografias, abreviaturas, tabelas, lista de figuras, lista de tabelas.

1. Linguística cognitiva.. 2. Português escrito. . 3. Cartazes de rua.. I. Silva, Leosmar Aparecido, orient. II. Título.

CDU 81



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

FACULDADE DE LETRAS

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Ata nº 13 da sessão de Defesa de Dissertação de Amanda Borges Silva, que confere o título de Mestre em **Letras e Linguística** na área de concentração em **Estudos Linguísticos**.

Aos trinta dias do mês de março de dois mil e vinte e três, a partir das oito horas, na Sala 33 da Faculdade de Letras, realizou-se a sessão pública de Defesa de Dissertação intitulada “Aspectos Linguísticos, discursivos e cognitivos do português escrito em cartazes de rua”. Os trabalhos foram instalados pelo Orientador, Professor Doutor Leosmar Aparecido da Silva (**PPGLL-FL-UFG**) com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Professora Doutora Tânia Ferreira Rezende (**PPGLL-FL-UFG**), membro titular interno; Professora Doutora Fernanda Cunha Sousa (**PPGLL/UFJF**), membro titular externo, cuja participação ocorreu através de videoconferência;. Durante a arguição os membros da banca não fizeram sugestão de alteração do título do trabalho . A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Dissertação, tendo sido a candidata aprovada pelos seus membros. A banca solicitou que as recomendações sejam rigorosamente atendidas. Proclamados os resultados pelo Professor Doutor Leosmar Aparecido da Silva, Presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelos Membros da Banca Examinadora, aos trinta dias do mês de março do ano de dois mil e vinte e três.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Leosmar Aparecido Da Silva, Professor do Magistério Superior**, em 30/03/2023, às 10:13, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Tânia Ferreira Rezende, Professora do Magistério Superior**, em 31/03/2023, às 14:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Fernanda Cunha Sousa, Usuário Externo**, em 05/04/2023, às 09:39, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3591007** e o código CRC **9E8E8EF0**.

1.

Leismar Aparecido da Silva

**Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do
Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.**

AMANDA BORGES SILVA

**ASPECTOS LINGUÍSTICOS, DISCURSIVOS E COGNITIVOS DO PORTUGUÊS ESCRITO EM
CARTAZES DE RUA**

BANCA EXAMINADORA

Titulares

Prof. Dr. Leosmar Aparecido da Silva

Orientador - Presidente

Universidade Federal de Goiás

Profa. Dra. Fernanda Cunha

Membro Externo

UFJF - Universidade Federal de Juiz de Fora

Profa. Dra. Tânia Ferreira Rezende

Membro Interno

UFG - Universidade Federal de Goiás

Suplentes

Profa. Dra. Laura Silveira Botelho

UFJF - Universidade Federal de Juiz de Fora

Profa. Dra. Mirian Santos de Cerqueira

UFG - Universidade Federal de Goiás

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer a Deus, pois sem ele não teria alcançado a aprovação no processo seletivo do mestrado. Agradeço pela oportunidade da vida, por ter saúde, por ter uma família que me apoia, pelo privilégio de estudar, estudar numa universidade federal que infelizmente é uma oportunidade para poucos. Universidade que está entre as mil melhores do mundo, segundo o Ranking de Xangai. Sem Deus, sem fé, nada disso seria possível.

Em segundo, gostaria de agradecer ao meu orientador, Prof. Leosmar Silva, por ter acreditado em mim, desde o final da minha graduação, quando aceitou ser meu orientador no trabalho de conclusão de curso. Obrigada pela paciência, pela forma de desenvolver o trabalho de orientação com tanta calma, sabedoria e respeito comigo. Acredito que caso não tivesse a dádiva de ser aceita por outro (a) orientador (a), com a mesma sensibilidade que ele teve, talvez o meu destino na pós-graduação seria outro: a desistência. Portanto, deixo aqui os meus mais sinceros agradecimentos e minha admiração pela pessoa que é.

Em terceiro, gostaria de agradecer meu colega de graduação Maurício, que me ajudou nos estudos para preparação do processo seletivo, me acalmou nos momentos de maior tensão.

Em quarto, gostaria de agradecer à minha mãe que, apesar de não entender o que é o mestrado, sempre me apoiou em todas as decisões.

Em quinto, gostaria de agradecer à banca que me avaliou no processo seletivo. Em especial aos professores: Alexandre Freitas, Gláucia Vieira e Tânia Rezende. Obrigada por acreditarem em mim.

Em sexto, gostaria de agradecer à banca de qualificação e de defesa, composta pelas professoras Tânia e Fernanda, que fizeram apontamentos essenciais para o desenvolvimento dessa dissertação. Vocês apontaram correções necessárias que eu não havia percebido, contribuíram para que eu elaborasse uma nova perspectiva sobre o cuidado que deveria ter ao tratar das pessoas que estavam em situação de vulnerabilidade econômica e social. Vocês contribuíram grandemente para que esta dissertação tratasse com ainda mais cuidado e menos preconceito essas pessoas que recorrem diariamente por ajuda por meio dos cartazes e folhetos a fim de garantir a sobrevivência. Deixo minha gratidão aos comentários em relação à organização das seções, aos livros e autores sugeridos. Vocês foram muito precisas, cuidadosas, profissionais e empáticas em todos os apontamentos. Dedico minha admiração profissional e pessoal a vocês.

Em sétimo, gostaria de agradecer aos meus amigos que caminharam comigo durante a graduação: James, Flávia, Tainá, Oliver e Larissa. E aos meus amigos na pós-graduação: Aparecida, Benelzo e Isabella. A caminhada ao lado de vocês tornou a rotina de estudos leve.

E, por último, deixo os meus agradecimentos aos professores Eliane Marquez, Sinval Filho e Wilton Divino. Vocês são exemplos de profissionais e de humanidade. As aulas foram além da formação da

aprendizagem, pois vocês proporcionaram momentos de reflexão não somente sobre a linguagem, mas também sobre nosso papel como seres humanos nesse mundo.

RESUMO

O período de isolamento social provocado pela pandemia causada pelo novo Coronavírus, ocorrido entre 2020 e 2022, além dos reflexos na saúde mundial, tem consequências também para a economia, já que milhares de pessoas perderam suas fontes de renda e foram obrigadas a ir às ruas, a fim de obterem ajuda. Para se comunicarem com passantes e motoristas, usam cartazes, bilhetes e panfletos (suportes eficientes para transmitir a mensagem rapidamente, fazendo com que seu interlocutor a compreenda em segundos). Diante disso, esta dissertação tem como objetivo estudar os aspectos linguísticos, discursivos e cognitivos do português escrito em cartazes produzidos e/ou divulgados por pessoas que estão em situação de vulnerabilidade econômica e social. O *corpus* principal desta dissertação são 50 fotografias de cartazes, coletadas durante esse período em sinaleiros, portas de bancos, portas de supermercados e padarias, praças e feiras de Goiânia. O *corpus* complementar é composto por outras 50 fotografias coletadas nas redes sociais como Twitter, Instagram, Youtube, Facebook e sites jornalísticos do mesmo período. Para análise de dados, foram realizados estudos da linguística cognitiva, estudos sobre polifonia, argumentação. Os resultados mostraram que, em relação aos aspectos linguísticos, há padrões de enunciados na maior parte dos cartazes de rua. Eles tanto apresentam conteúdos ideacionais quanto marcas enunciativas próprias da interação interpessoal. Os enunciados evocam *frames*, *gestalt* e compressão como forma de acessar o conhecimento de mundo do interlocutor e persuadi-lo a ajudar de alguma forma. Em relação aos aspectos discursivos, foram observadas, principalmente, a presença de vozes discursivas (BAKTHIN, 2008) e da argumentação nos textos (PERELMAN; TYTECA, 1996), que atuam, respectivamente, como formas de diálogo com outros discursos e como forma de persuasão.

Palavras-chave: Linguística cognitiva. Português escrito. Cartazes de rua.

SILVA, Amanda Borges. *Linguistic, discursive and cognitive aspects of written Portuguese: an analysis of street posters*. Masters dissertation. Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística. Goiânia: UFG, 2023. 116 p.

ABSTRACT

The period of social isolation caused by the pandemic of the new coronavirus, which occurred between 2020 and 2022, in addition to the effects on world health, also has consequences for the economy, as thousands of people lost their sources of income and were forced to take to the streets, in order to get help. To communicate with passers-by and drivers, they use posters, tickets and pamphlets (efficient supports to transmit the message quickly, making your interlocutor understand it in seconds). Therefore, this dissertation aims to study the linguistic, discursive and cognitive aspects of Portuguese written on posters produced and/or disseminated by people who are in a situation of economic and social vulnerability. The main corpus of this dissertation are 50 photographs of posters, collected during this period in traffic lights, bank doors, supermarket and bakery doors, squares and fairs in Goiânia. The complementary corpus is composed of another 50 photographs collected on social networks such as Twitter, Instagram, Youtube, Facebook and journalistic sites from the same period. For data analysis, the studies of cognitive linguistics, studies on polyphony and argumentation were carried out. The results showed that, in relation to linguistic aspects, there are patterns of utterances in most of the street signs. They both present ideational contents and enunciative marks typical of interpersonal interaction. The utterances evoke frames, gestalt and compression as a way of accessing the interlocutor's knowledge of the world and persuading him to help in some way. Regarding the discursive aspects, the presence of discursive voices (BAKTHIN, 2008) and argumentation in the texts (PERELMAN; TYTECA, 1996) were observed, which act, respectively, as forms of dialogue with other discourses and as a way of persuasion.

Keywords: Cognitive linguistics. Written Portuguese. Posters of street.

LISTA DE FIGURAS E QUADROS

FIGURAS

- Figura 01: página 25
- Figura 02: página 27
- Figura 03: página 27
- Figura 04: página 28
- Figura 05: página 28
- Figura 06: página 31
- Figura 07: página 46
- Figura 08: página 52
- Figura 09: página 57
- Figura 10: página 64
- Figura 11: página 66
- Figura 12: página 66
- Figura 13: página 67
- Figura 14: página 67
- Figura 15: página 69
- Figura 16: página 70
- Figura 17: página 72-73
- Figura 18: página 75
- Figura 19: página 76
- Figura 20: página 77
- Figura 21: página 78
- Figura 22: página 79
- Figura 23: página 79
- Figura 24: página 81
- Figura 25: página 82
- Figura 26: página 83
- Figura 27: página 84
- Figura 28: página 85
- Figura 29: página 86
- Figura 30: página 88
- Figura 31: página 89
- Figura 32: página 89
- Figura 33: página 90
- Figura 34: página 91

QUADRO

- Quadro 01: página 55-56
- Quadro 02 : página 58
- Quadro 03 : página 60-61
- Quadro 04 : página 63

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
LC	Linguística Cognitiva
L2	Língua 2
ONU	Organização das Nações Unidas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	15
CAPÍTULO 1:	16
CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA: RELAÇÕES COM DIFERENTES ESTUDOS E TEORIAS	
1.1 Contexto sócio-histórico sobre o nível socioeconômico da população brasileira	16
1.2 Sociolinguística, português escrito.....	21
1.3 O gênero <i>cartaz</i> e sua circulação social.....	26
1.4 Argumentação e sua relação com o gênero <i>cartaz</i>	29
1.5 A polifonia nos enunciados linguísticos.....	32
CAPÍTULO 2:	35
A LINGÜÍSTICA COGNITIVA	
2.1 A linguística cognitiva e seu compromisso com as bases experienciais.....	35
2.2 <i>Frames</i> semânticos.....	39
2.3 A <i>gestalt</i> em linguística cognitiva.....	45
2.4 A compressão linguística cognitiva.....	47
CAPÍTULO 3:	48
PERCURSO METODOLÓGICO.....	
3.1 Caracterização da pesquisa.....	48
3.2 Os passos da pesquisa	49
3.3 Caracterização do recorte espacial.....	50
3.4 Categorias de análise.....	53
3.5 Procedimentos éticos.....	54
CAPÍTULO 4	55
ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS.....	

4.1 Os tipos de <i>cartazes</i> , conforme seu conteúdo.....	55
4.2 Aspectos linguísticos e discursivos dos cartazes de rua.....	63
4.3 Aspectos cognitivos presentes nos dados	74
4.3.1 Aplicação da noção de <i>frame</i> aos dados.....	75
4.3.2 Manifestação Gestáltica dos dados.....	86
4.3.3 Compressão nos cartazes de sinaleiro.....	89
CONCLUSÃO.....	92
REFERÊNCIAS.....	96
ANEXOS.....	99

INTRODUÇÃO

Um dos recursos utilizados por pessoas desempregadas para conseguir seu sustento é construir textos ou recorrer a terceiros para fazê-los, para irem para os sinaleiros dos grandes centros urbanos brasileiros pedir ajuda. Essa situação se agravou durante a pandemia do Novo Coronavírus, iniciada em 2020 e, na capital do Estado de Goiás, Goiânia, essa realidade não foi diferente.

Panfletos, cartazes, placas e faixas são os tipos de suportes mais utilizados. Uma observação assistemática e preliminar revela que o texto é construído a partir de *start ups* persuasivos, como “meu amigo, meu filho”, e enunciados, como “Deus te abençoe”, “tenho fome”, “tenho filhos”, “estou desempregado(a)”, “preciso de ajuda”, “busco uma oportunidade de emprego”, utilizados para sensibilizar o público. Em geral, os textos são objetivos e apresentam forte teor apelativo.

Em vista dessas considerações e da necessidade de se colocar em destaque a pessoa em situação de vulnerabilidade e a produção textual que a acompanha nessa situação, esta pesquisa tem o propósito de discutir os aspectos linguísticos, discursivos e cognitivos do português usado em cartazes de rua, coletados por meio de fotografias, em Goiânia no período de isolamento social provocado pela pandemia do Novo Coronavírus.

É um trabalho relevante na medida em que coloca em destaque aspectos sociais com os quais convivemos cotidianamente e também aspectos linguísticos associados ao evento. Tratar de um aspecto social como este em uma pesquisa de Mestrado pode contribuir para que políticas sociais, linguísticas e tantas outras possam surgir para dar mais visibilidade e condições dignas de sobrevivência para aqueles que, muitas vezes, são invisibilizados. É também uma pesquisa relevante cientificamente, porque associará diferentes perspectivas teóricas em pontos convergentes.

No que se refere às perguntas de pesquisa, este trabalho gira em torno das seguintes questões:

- 1) Que aspectos linguísticos, discursivos e cognitivos podem ser encontrados em cartazes de sinaleiro?
- 2) Que repertórios do português estão surgindo na escrita dos cartazes expostos nos sinaleiros de Goiânia?
- 3) Que padrões relativos à forma-conteúdo podem ser encontrados nos enunciados dos cartazes?
- 4) Como as categorias cognitivas *frame*, *gestalt* e compressão podem ser percebidas nos dados?
- 5) Há utilização de recursos polifônicos e argumentativos nos cartazes? Como se faz uso deles?

A pesquisa tem também propósitos que se desdobram a partir do objetivo geral. Assim, em relação aos objetivos específicos, a dissertação tem o propósito de:

- * analisar, compreender e refletir sobre os textos do português escrito;
- * observar as construções sintáticas da língua escrita em Goiás e no Brasil por meio da análise de cartazes e faixas como forma de encontrar ou não padrões de construção tanto na forma quanto no conteúdo;
- * verificar o acionamento de *frames*, de *gestalts* e de compressão nos dados analisados;

* demonstrar, por meio de dados, como a língua está a serviço dos contextos sociais de fala que se refletem na escrita;

* refletir sobre recursos polifônicos e argumentativos utilizados nos textos.

O referencial teórico principal desta pesquisa é a linguística cognitiva, que tem na experiência humana a base para a formulação do conhecimento na mente e no sistema linguístico. Como a linguística cognitiva tem natureza interdisciplinar, há também um referencial teórico de fundo, como: os estudos enunciativos de Bakhtin (1999, 2003, 2008), principalmente, sobre o que o filósofo da linguagem fala acerca da polifonia; os estudos da nova retórica (PERELMAN; TYTECA, 1996), já que os cartazes têm uma natureza persuasiva.

Para isso, esta dissertação está organizada em quatro capítulos. No **primeiro capítulo**, discutem-se temas como o contexto sócio-histórico das pessoas que precisam ir para as ruas pedir qualquer tipo de ajuda, estudos sociolinguísticos sobre o português escrito, sobre o gênero cartaz, e ainda sobre argumentação e polifonia. No **segundo capítulo**, apresenta-se o referencial teórico da linguística cognitiva e das categorias utilizadas na análise. O **terceiro capítulo** é responsável pela exposição dos procedimentos metodológicos da pesquisa. O **quarto capítulo** trata da análise dos dados.

CAPÍTULO 1

CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA: RELAÇÕES COM DIFERENTES ESTUDOS E TEORIAS

Este capítulo tem o objetivo de contextualizar o objeto desta pesquisa com diferentes estudos e teorias. Inicia-se com a abordagem do contexto sócio-histórico e econômico da população brasileira, uma vez que a pesquisa envolve uma temática também social; passa pelos estudos sobre sociolinguística, já que os cartazes de rua manifestam o uso da modalidade escrita do português; trata do gênero cartaz, sua circulação social e funções; aborda algumas noções sobre argumentação, pois há um componente argumentativo nos cartazes de rua; finaliza-se o capítulo com a noção de polifonia, já que diferentes vozes são manifestas nos cartazes.

1.1 Contexto sócio-histórico sobre o nível socioeconômico da população brasileira

As raízes da pobreza no Brasil remetem ao processo de colonização, junto do qual veio a escravidão, que trouxe como consequência o aumento de pessoas pauperizadas por todo o território ao longo do tempo. Foram mais de três séculos de escravidão, contabilizando 4,8 milhões de africanos escravizados no Brasil, segundo reportagem da BBC News.

No dia 13 de maio de 1888, a princesa Isabel assinou a lei 3.353, votada no Senado, que decretava o fim da escravização. Libertos, os escravizados foram para os centros urbanos à procura de novas formas de trabalho. Assim, iniciou-se o chamado “êxodo” rural, que consiste na migração da população da zona rural para a cidade como consequência da expulsão/despejo das fazendas. Inicialmente, o açúcar e a mineração foram as maiores portas para absorção dessa força de trabalho. Posteriormente, o café, na região sul e sudeste, e a borracha, na Amazônia. Já em 1930, a industrialização, processo pelo qual a indústria se tornou dominante na economia, se fortaleceu no país, fazendo com que mais pessoas se mudassem para as cidades. Os municípios, no entanto, não tinham infraestrutura para receber mais gente, pois não havia planejamento habitacional para comportar uma possível expansão. Assim, a população pobre foi se fixando às margens das cidades, ou seja, morando em lugares sem saneamento básico, rede de esgoto, energia elétrica, asfalto, escolas, hospitais, segurança, entre outros.

Jessé de Souza, em sua obra *A elite do atraso: da escravidão à Lava Jato* (2017), reconta a história do Brasil desde o começo até os dias atuais. Souza (2017) discorre sobre a formação social do país. Para isso, traz à tona a divisão bipartite de poder (quem manda e quem obedece), embasada nos valores sociais e econômicos. Exemplo disso está nos países baixos da América e do continente Africano, que são discriminados por serem menos desenvolvidos economicamente e também pelo racismo, que se revela como herança colonial. Por outro lado, estão os países do que se convencionou considerar como a parte alta da América, como EUA, e os que fazem parte da alta do continente Europeu, considerados ricos e desenvolvidos economicamente. Esse modelo revela não só a divisão do mundo entre norte e sul, mas também a relação pessoas de maior e de menor valor, tal como considera Souza (2017). Esse mesmo autor mostra as diferenças na conceptualização entre as classes tidas como superiores e a classe trabalhadora:

As classes superiores são as classes do espírito, do conhecimento valorizado, enquanto as classes trabalhadoras são do corpo, do trabalho braçal e muscular, que as aproxima dos animais. O homem é percebido como espírito, em oposição às mulheres definidas como afeto. (SOUZA, 2017, p. 17).

O autor denomina as hierarquias sociais de *hierarquia invisível*, mas que mostram resultados visíveis [que precisam ser denunciados] como os homens [em oposição às mulheres] ocupam os maiores cargos de lideranças. Um outro exemplo é o fato de a elite ser composta predominantemente de pessoas brancas. Isso nos mostra o quanto o contexto histórico justifica a situação social visível no presente do Brasil. O fato é que,

apesar de haver o “rompimento” com as práticas de escravidão e do formato do poder no Brasil colônia, evidencia-se que as estruturas de poder (oprimido/opressor) continuam se perpetuando, mesmo que de forma silenciada. As pessoas que usufruem das vantagens do privilégio branco gozam desses privilégios por serem brancos, enquanto as pessoas pretas continuam ocupando lugares de servidão. Diante disso, a sociedade brasileira vive de forma silenciada a mesma estrutura de poder do Brasil colônia.

Diante disso, o autor defende a tese de que o que faz uma sociedade é a força das suas instituições, ou seja, sempre quem está no “poder” vai disseminar ideias que lhe favoreçam. Se um povo é educado a pensar que é inferior a outro povo, por consequência, ele vai agir como tal, com sua autoestima prejudicada, sempre acreditando que o outro é melhor. Esse é tipo de ideologia que fez com que os brasileiros acreditassem que a cultura americana fosse melhor do que a sua. De fato, crescemos com a ideia de *complexo de vira-lata*¹, pois como dito anteriormente, ouvimos que outros países (EUA e países altos da Europa) são melhores do que o Brasil.

O processo de colonização feito por Portugal influenciou nesse julgamento. Vira-latas, desonestos, preguiçosos foram alguns dos adjetivos usados para definir o povo brasileiro, que precisava de um país modelo, como Portugal, pois não teria a capacidade de exercer o poder de governar a nação de forma independente. A toda essa condição histórica o autor dá o nome de *sociologia do vira-lata*. Esse tipo de opinião, segundo o autor, só serviu para favorecer uma elite econômica, ou seja, o interesse de uma minoria que gere a maioria da população.

Em uma entrevista ao canal Revista Novo Tempo na plataforma do *YouTube*, o autor fala sobre a *ralé*, que são pessoas que estão abaixo da classe C, monoparental, que não conseguem planejar um futuro, já que não podem pensar em outra situação a não ser a da sobrevivência. São famílias abandonadas e esquecidas pelo Estado e pela sociedade como um todo. Por conseguinte, muitos acabam saindo das escolas como analfabetos funcionais. Esse quadro repercute no mercado de trabalho, uma vez que essas pessoas não conquistam cargos que exigem uma boa qualificação tanto na esfera pública quanto na esfera privada e acabam se ocupando em subempregos **ou indo para as ruas para pedir ajuda para se alimentarem e cuidarem da saúde**. Esse quadro representa as consequências do racismo estrutural, uma estrutura de poder que está a serviço dos privilégios de alguns e que pouco se move para que esses privilégios sejam, ao menos, amenizados ou reconhecidos pelas próprias pessoas que se beneficiam do poder. Tal estrutura compromete o desenvolvimento escolar das pessoas que sempre viveram em lugares de servidão. Por essa lógica, não faz sentido lutar por uma

¹ Complexo de vira-lata foi uma expressão criada pelo jornalista Nelson Rodrigues em 1958, a fim de retratar a ideologia do povo brasileiro de inferioridade em relação aos outros países do mundo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tLrurDn7riw>>. Acesso: 9 de janeiro 2023.

sociedade mais justa, já que as pessoas que estão sendo privilegiadas pela cor da pele estão acomodadas em seus lugares de poder. A luta faz mais sentido para os discriminados e oprimidos, que são vítimas diariamente de racismo. Isso prova que o Brasil colonial está mais presente do que nunca em relações do dia a dia. Faz-se necessário questionar o por que de uma sala de aula do curso de medicina ter mais integrantes brancos do que negros, o por que de um restaurante sofisticado de alto poder aquisitivo ser mais frequentado por pessoas brancas, e também não poderíamos deixar de mencionar os cargos de lideranças que são, em sua grande maioria, ocupados por homens brancos. Caso não questionemos esses problemas sociais, talvez não avançaremos com as estruturas de poder do Brasil colonial. No livro *Suleando Conceitos em Linguagens*, as autoras Cristiane Landulfo e Doris Matos (2022) trazem outros trabalhos que tratam sobre a decolonialidade e outras epistemologias. O livro coloca em discussão como a colonialidade impõe um modo único de ver os acontecimentos do mundo, um modo em a branquitude se beneficia em seus lugares de privilégios. Os autores discutem sobre a decolonialidade que são novas formas de compreender o mundo, diferente da visão construída pela colonialidade, a visão decolonial levanta reflexões sobre as mais diversas questões sociais. Também propõe a necessidade de desestabilização do padrão de pessoas que sempre estão no poder para que haja novas narrativas e com isso o rompimento do discurso de grupos hegemônicos. O trecho a seguir explica como foi o processo de libertação dos escravos:

Sobre a escravidão: Os escravizados foram jogados à própria sorte, sem nenhum tipo de assistência. A república pouco fez para mudar a sorte deles. Os escravizados fizeram a riqueza do Brasil e não usufruíram de nada. A falta de escola e formação que não os permitiam romper com o ciclo da pobreza. (LANDULFO; MATOS, 2022, p. 21).

Diante disso, vemos que a falta de oportunidades e o racismo estrutural sustentam o racismo institucional, responsável pelas oportunidades desiguais e pelo fracasso escolar.

As instituições sociais influenciam o comportamento dos seres humanos. Diante disso, é defendida a ideia de que não existe parentesco de corrupção com os portugueses só porque eles colonizaram o Brasil, que existe, sim, uma mentira em acreditar que herdamos a corrupção de Portugal. Para o autor, quando se têm comportamentos similares aos de um povo é devido à convivência, para isso, se vale de exemplos como: família, igreja, colégio, que são instituições que fazem parte do cotidiano dos brasileiros; não uma herança que ainda persiste mesmo após o período do Brasil colônia em 1822: “A influência cultural não se transmite, afinal, nas nuvens nem pelo simples contato corporal” (SOUZA, 2017, p. 26).

A ideia ambição do livro é explicar a formação do Brasil desde a escravidão à Lava Jato, utilizando os fatores econômico e sócio-histórico. A noção de classes defendida pelo autor sobre a formação do Brasil nos faz entender o atual momento da realidade do Brasil: famílias em busca de ajuda para sobreviver diante da

Pandemia causada pelo novo Coronavírus. Devido ao pouco poder aquisitivo, consequência das oportunidades desiguais, baixa escolaridade e preconceito racial, muitas pessoas marginalizadas vivem em favelas e terrenos invadidos até hoje. Em matéria do **UOL**, a ONU (Organização das Nações Unidas) relatou que o Brasil é o 8º país na escala da desigualdade e isso se deve à falta de acesso à educação de qualidade e a políticas públicas voltadas para as pessoas pobres, além de política fiscal injusta. Como consequência, ricos e pobres têm a mesma taxa de impostos, mas a dificuldade de acesso aos serviços básicos e os salários baixos ficam a cargo dos pobres.

A pandemia da Covid-19 tem colaborado para o aumento da pobreza no Brasil e no mundo. Ao atingir países pobres e subdesenvolvidos, os efeitos da covid-19 são arrasadores. As desigualdades entre ricos e pobres aumentaram durante a pandemia, segundo o IBGE². Pesquisas realizadas pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), norteadas pelos dados coletados do IBGE, em 2012, mostraram que 12,8% da população ficaram abaixo da extrema pobreza, ou seja, estão sobrevivendo com R\$246,00 por mês. O auxílio emergencial de R\$ 600, concedido no início da pandemia, em 2020, a desempregados e trabalhadores com baixa renda, ajudou mais de 55 milhões de pessoas, porém, em 2021, esse valor foi reduzido para R\$ 150,00 para quem mora sozinho, para famílias com duas ou mais pessoas, o valor foi para R\$ 400,00.

Em entrevista ao Portal da Universidade de Tiradentes (UNIT), a professora Rizete Serafim Costa, do curso de Serviço Social da Universidade de Tiradentes (unidade Pernambuco), faz uma análise sobre a pandemia da Covid-19. Para a professora, os problemas vão além do sistema público de saúde e da falta de uma pesquisa sobre uma política nacional de vacinação em massa. “A pandemia vem colocar uma lupa no processo da desigualdade social no nosso país. A população está cada vez mais pauperizada, os programas sociais mais reduzidos.” (PORTAL UNIT, 2021, dia 03/05/2021)³.

Sabemos que as medidas de isolamento social, associadas à naturalizada crise vivida pelos países em desenvolvimento, afetaram diretamente os mais pobres, porque seus trabalhos se fazem em constante contato com o público, como no caso de feirantes, vendedores de lojas físicas, panfleteiros, entre outros. Realidade diferente de colaboradores, que podem exercer seus trabalhos em *home office* são, em sua boa parte, escolarizados e possuem computadores e internet em casa. Um exemplo são os trabalhadores informais que ganham o sustento junto ao entorno das universidades, e que, com as universidades fechadas, sem o acesso, sem o trânsito do aluno, não têm mais com quem comercializar.

² Disponível em: <www.ibge.gov.br>. acessado em: 23 de set. 2021.

³ Disponível em: <<https://portal.unit.br/blog/noticias/pandemia-agravou-o-aumento-da-pobreza-no-brasil/#:~:text=%E2%80%9CA%20pandemia%20vem%20colocar%20uma,no%20%C3%BAltimo%20trimestre%20de%202020>>. Acesso: 3 maio 2021.

Diante desse contexto, as pessoas que foram mais afetadas economicamente pela pandemia do novo coronavírus encontraram nas ruas um meio de sobrevivência e o cartaz foi o meio de interlocução. A rua, então, é o lugar de abordagem às pessoas e o cartaz escrito é a mediação dessa abordagem.

O uso do material do cartaz se fez eficaz devido à sua função de transmitir a informação de forma imediata e reduzida ao essencial. Palavras como *fome, precisa de ajuda para comprar alimentos, ajuda remédio*, etc. revelam que esses brasileiros estão lutando por necessidades básicas para garantir a manutenção da vida; uma dura realidade que já existia no Brasil, mas com a pandemia ficou ainda pior.

Dito isso, é nesse contexto que surgiu a proposta desta pesquisa: analisar as dimensões linguística, discursiva e cognitiva de textos do português escrito durante a pandemia do novo coronavírus.

1.2 Sociolinguística e o português escrito

A sociolinguística, em suas muitas vertentes e perspectivas, com diferentes e conflituosas posturas políticas e concepções de linguagem, estuda a relação entre sociedade e língua nos processos de uso da linguagem. A gramática normativa, diferentemente da sociolinguística, vê a língua como homogênea, estática e prescreve regras que devem ser seguidas ao escrevermos e ao falarmos. Desse modo, a gramática prescritiva dita normas que regem o uso padrão da língua, utilizando o parâmetro do que é considerado certo e do que considera errado. A sociolinguística, no entanto, vê a língua como fenômeno que varia, já que a língua é heterogênea devido à infinidade de situações que ocorrem no ato de falar. A homogeneidade da língua, portanto, não existe.

Etto e Carlos (2017, p. 721), ao desenvolverem o artigo *Sociolinguística: o papel social da língua*, discorrem sobre o percurso da linguística até o atual momento da sociolinguística. Os autores apresentam estudiosos como Saussure, Mikhail Bakhtin, Jakobson, Benveniste, Chomsky, William Labov, entre outros.

Para a sociolinguística, o sistema linguístico inclui os contextos de fala, o que torna língua híbrida, heterogênea, expressão da identidade.

Segundo dados do IBGE (2021),⁴ a área territorial do Brasil é de 8.510.345,540km onde habitam 213.317.639 pessoas⁵, que estão divididas em 26 estados mais o Distrito Federal. Diante desses dados, será que somos mesmos iguais? Será que nossa língua portuguesa é homogênea? Há apenas o português como língua falada no Brasil? Acreditamos que não e a sociolinguística pactua com essa ideia, principalmente,

⁴ Disponível em: < www.ibge.gov.br > acessado em: 26 de jul. 2022.

⁵ Disponível em: < www.ibge.gov.br > acessado em: 26 de jul. 2022.

quando se trata da língua. Por meio dela, expressamos o que sentimos e o que pensamos, ou seja, língua e mente são indissociáveis, logo, por meio dela, mostramos para o outro como somos seres diferentes.

Devido a essa diversidade de pessoas que constituem suas identidades enquanto sujeito e suas culturas, a sociolinguística toma como base para estudar a fala e seus efeitos na sociedade estudos da sociologia, da antropologia e da própria linguística. Para Etto e Carlos (2017, p. 222), “a Antropologia colaborou com seus conhecimentos de etnografia, a Sociologia com seu cabedal teórico-metodológico e a Linguística com suas teorias sobre a linguagem.” Dito isso, do mesmo modo que a sociedade se caracteriza pela diversidade, os estudos sociolinguísticos também são diversos, uma vez que dialogam com várias áreas do conhecimento.

Também Calvet (2002) mostra, de modo não tradicional, as contribuições da Sociolinguística para um engajamento declaradamente político contra a exclusão social por meio da língua. Para isso, estuda mecanismos ideológicos presentes em preconceitos vistos como positivos por algumas pessoas.

Silva, Luquetti e Amaral (2019, p. 293) tratam sobre o projeto dos colonizadores de transformar o Brasil em um país monolíngue. Ao revelarem esse projeto, desconsideram a língua de sinais, as centenas de línguas indígenas, crioulas e afro-brasileiras existentes no país desde antes do início da colonização. Apesar de quererem tornar uma língua unânime, Silva, Luquetti e Amaral (2019, p.293) trazem a seguinte citação de Bagno (2015): “a ciência linguística já provou e comprovou que todas as línguas variam e a variação ocorre em todos os níveis estruturais, e em todos os níveis de uso social”.

Rezende e Silva (2018), tratando da desobediência linguística por meio do estudo sociolinguístico de gênero/sexualidade, afirmam que

a linguagem é entendida como um modo de ser e de estar no mundo, e como a significação e a avaliação do modo como as pessoas são e estão no mundo. Assim, os usos da linguagem, as práticas sociolinguísticas das diferentes pessoas, são identificados com seus modos de existência e passam a produzir avaliações sobre suas existências. As práticas sociolinguísticas identificadoras dos seres passam a ser parâmetros de avaliação desses seres e credenciais de valoração de suas práticas sociais em geral.

Considerando-se os cartazes de rua e as considerações de Rezende e Silva (2018), os textos que os indivíduos produzem são manifestações reais de sua existência. Embora haja casos em que a sociedade avalia a escrita dos textos (como correta, incorreta, cínica, irônica, mentirosa etc.), o fato é que, por trás daquele papelão com palavras escritas, existe uma pessoa, com determinada idade, pai/mãe de crianças. Uma pessoa que, assim como todos, possuem necessidades básicas, sonhos, desejos, vícios, vontades, raiva, ternura etc.

No que se refere ao texto escrito relacionado à fala, importante considerar que a fala e a escrita não estão em oposição na língua. Ambas se complementam e podem manifestar as características de uma na outra. Há certos gêneros e suportes textuais em que fala e escrita se mesclam e ocorrem de modo integrado, como nas conversas de *whatsapp*. Nesse tipo de texto, a escrita, na maior parte dos contextos, ganha feições

parecidas com a fala. Também no jornalismo televisionado: o jornalista que aparece na tela enunciando a notícia pode estar lendo um texto escrito.

A variedade do português escrito que emerge dos cartazes de rua, objeto desta investigação, constitui uma forma genuína e identitária de manifestação sociolinguística, porque, nessa manifestação do português, variantes linguísticas da fala se mostram na escrita. As características peculiares presentes nos textos dessa variedade nos mostram o quanto as variações linguísticas estão presentes na forma da escrita. O plano da oralidade repercute na escrita. Esse aspecto revela que, embora haja um desejo de que a língua escrita esteja dentro de regras da gramática prescritiva, os diferentes repertórios do português escrito se afastam dos padrões e se aproximam da expressão máxima da comunicação: a oralidade.

Na perspectiva da desobediência linguística de que tratam Rezende e Silva (2018), porém, os binarismos (popular x culto) tendem a ser suprimidos. O português escrito dos cartazes, então, constitui um dos *repertórios do português escrito*, sem necessariamente precisar opô-lo ao português chamado ‘culto’.

Pinto (1996), estudando o português escrito que emerge das ruas, afirma que o texto de uma feira livre, de um cartaz manuscrito, de um panfleto busca o impacto. Os produtores desses textos valem-se de fórmulas até pomposas, cunhadas pelo uso oral tradicional em determinada situação, e tentam encaixá-las num texto escrito. Como pretendem cativar, seus produtores expandem-nas em construções de que não detêm o devido controle, do ângulo racional, mas atingem perfeitamente o seu objetivo, visto que não é à racionalidade do destinatário que fazem apelo, mas à sua emoção. Exemplo disso está nas frases que contêm vocativos que revelam intimidade e aproximação como em *meu amigo*, e expressões como *Deus te abençoe*.

Considerando que os processos linguísticos são históricos e sociais, a sua compreensão pode ser mais facilmente vislumbrada à luz dos mecanismos que envolvem sua estrutura e construção. Para Bakhtin (1999), a linguagem é a interação, um mecanismo de produção das relações do mundo. É por meio dela, em especial por meio da linguagem usada nos cartazes e placas, que as pessoas que estão em vulnerabilidade econômico-social se expressam, a fim convencer o seu interlocutor de que precisam de assistência.

Para Abreu (2010), o texto é sempre o produto de uma enunciação, já o discurso é a instância de interlocução em que são atribuídos os sentidos dos textos, ou seja, o texto, ao ser produzido, tem uma proposta de construção de sentido. Essa proposta só é concretizada dentro da situação discursiva da interlocução. Esse discurso terá sucesso quando o destinatário entender a construção sintático-semântica e também o contexto em que esse texto está inserido.

Exemplos de textos escritos nessa variedade do português escrito podem ser vistos a seguir. Eles foram retirados de Pinto (1996, p. 26), que os coletou em feiras-livres:

(1) *É 2 a duzia, é 2*

(2) *Coma mais peixe, peixe é saúde*

(3) *Goiaba climatizada 5 por 30*

Os exemplos têm como característica as informações passadas de forma rápida e imediata. Assim, vemos seu caráter utilitário e também persuasivo, conforme afirma Pinto (1996). Vemos também que os exemplos (1) e (3) aparecem no plano da oralidade, refletido na escrita. Quando o feirante escreve *É 2 a duzia, é 2*, repete a informação, reproduzindo uma tecnologia de reforço muito própria da fala. Além disso, comunica-se de forma rápida e precisa e economiza palavras. Em (3), *Goiaba climatizada 5 por 30*, a expressão também economiza palavras. Entendemos que essa condensação de palavras e objetividade em construir os textos se faz devido à necessidade de captar da forma mais rápida possível o leitor (possível cliente) que está transitando na feira. Ele poderia até escrever: *Compre goiaba climatizada. Vendo 5 goiabas por 30 reais*. Como o enunciado está assegurado por sua situação explícita que já possui um modo de funcionamento, a feira livre, os verbos *comprar* e *vender* podem ser omitidos, porque são facilmente inferidos da situação. Não há necessidade de repetir o nome da fruta, que também é facilmente inferida da primeira frase. O nome da moeda corrente *reais* também não precisa ser explicitado, tendo em vista que a situação não permite outra interpretação.

Os feirantes disputam os compradores. Assim, quanto mais objetivo for o texto, mais rápido ele atingirá o comprador. Quem vai à feira não dispõe de muito tempo para ouvir todas as ofertas. Em vista disso, o repertório do interlocutor é que caracteriza o local/situação.

Os valores monetários em *reais*, presentes nos exemplos (1) e (3) têm como função seduzir o leitor pelo pretenso baixo custo do produto. No exemplo (2), usou-se, ao invés do valor monetário do produto, o argumento de que quem come peixe tem mais saúde. Esse argumento é comprovado pela ciência, pois o peixe é um alimento rico em ômega 3, uma gordura que proporciona o bom funcionamento do cérebro. Usa-se esse argumento, amplamente divulgado pela mídia, porque, tradicionalmente, é um produto considerado um pouco mais caro que outras opções de proteína.

Além disso, nos exemplos (2) e (3), vemos que os substantivos *peixe* e *goiaba* estão acompanhados de adjetivos que chamam atenção para as qualidades dos produtos. Em (2), a palavra *saúde* foi usada para qualificar o peixe. Em (3), a goiaba é caracterizada como *climatizada*. Tudo isso compõe traços característicos do repertório do português escrito insurgente das ruas. Pinto (1996, p. 15) ainda considera que

de fato, os textos, manuscritos em materiais precários e descartáveis - pedaços de papelão e papelão que servem à própria embalagem da mercadoria - são breves, sintéticos, reduzidos ao essencial, que, neste caso, não é o verbo, mas os substantivos, seus adjuntos e complementos.

O português usado por feirantes tem as mesmas peculiaridades que os textos escritos em cartazes que são analisados neste trabalho: são também breves, sintéticos, reduzidos ao essencial, muitas vezes, dispensam pontuação e a fala se vê, de alguma forma, refletida na escrita. Em relação às diferenças, o texto de feira pretende vender, sua linguagem é objeto de comercialização; o texto de cartazes de rua, por sua vez, em geral, é objeto para alcançar ajuda, mas também pode servir à comercialização de pequenos produtos.

Dos dados desta dissertação, podemos apresentar, como exemplo, o texto da figura 01, a seguir, fotografada nas ruas de Goiânia.

Figura 01: cartaz onde se inscreve a situação socioeconômica de desassistido



Fonte: acervo pessoal de Silva e Silva (2021). Sinaleiro do setor Negrão de Lima, ao lado do CRER, Goiânia-GO-BRASIL

Como se vê, o texto é suficiente e bastante denso⁶ para comunicar o que precisa. Ele procura tocar a sensibilidade e a emoção do interlocutor. Há basicamente três períodos delimitados no cartaz que refletem três informações consideradas necessárias:

- 1) a informação de que o sujeito está temporariamente desempregado;
- 2) a informação daquilo de que ele precisa (cesta básica, roupas);
- 3) a informação de que ele tem filhos, com a especificação das idades.

Essas três informações, no conjunto, e aplicadas ao contexto em que ocorrem (expostas por uma pessoa em situação de vulnerabilidade social em um sinaleiro da cidade de Goiânia) levam à inferência de que essa pessoa necessita de dinheiro:

⁶ Adjetivos sugeridos pela Profa. Tânia Ferreira Rezende em exame de qualificação.

- 1) para alimentar a si mesmo e a seus filhos;
- 2) porque não dispõe de salário advindo de um emprego formal;
- 3) porque a situação econômica do país, naquele momento, o impede de ter segurança alimentar e a oportunidade de um trabalho;

A pessoa que utiliza esse recurso sabe, pelo conhecimento prévio armazenado em sua memória, que a solidariedade é um traço cultural da sociedade em que está inserida, contando, naquele momento, com a solidariedade do outro.

A ausência de acentuação gráfica básica e de concordância nominal em *2 filho* são algumas das propriedades desse tipo de texto, o que, em nada, interfere nos propósitos comunicativos do enunciador. Uma prova de que seu objetivo comunicativo é alcançado é que muitos passantes o ajudam com moedas e notas ou até mesmo cestas básicas. Outra marca, agora extralingüística, é o suporte em que o texto é escrito: um papelão de cor parda, com quatro dobras aparentes. O papelão é um recurso material fácil de ser coletado, absorve bem a tinta de pincéis atômicos e é firme o suficiente para ser desdobrado e mostrado no sinaleiro da cidade.

As reticências, presentes no final do texto, são marcas gráficas relevantes. Elas podem ter sido inseridas no cartaz fortuitamente, mas isso não impede que elas signifiquem algo para o leitor. Dentre outras interpretações, o interlocutor pode entender, com as reticências, que há muito mais a ser dito sobre a situação socioeconômica do sujeito que não cabe escrever ali no cartaz. Bakhtin (2011 *apud* CÓRDOBA; SILVEIRA, 2019) trata da incompletude informacional. Para o autor, a língua é viva, concreta, dialógica, o que significa que as palavras são sempre perpassadas pelas de um outro. Dito isso, vemos que o contexto interfere no discurso. Os discursos são constitutivos de outras vozes, não são neutros e, mesmo que de forma inconsciente, as pessoas reproduzem vozes de discursos que atravessaram sua existência. Na alteridade do discurso, presenciamos a incompletude informacional que, às vezes, rompe com a homogeneidade e traz à tona a heterogeneidade. O discurso de um é completado pelo discurso do outro. O não dito de um é adequadamente interpretado pelo outro no contexto em que ocorre. A polifonia, ou as diferentes e várias vozes, pode se manifestar de modo explícito ou implícito, de forma mais consciente (controlada) ou mais inconsciente (menos controlada).

O cartaz conta também com a marca semiótica de quatro coraçõezinhos desenhados do lado direito. Os corações figuram como índices de que o enunciado verbal está voltado para tocar a emoção do interlocutor, no que diz respeito a valores solidários, religiosos, de amorosidade, de empatia etc.

1.3 O gênero *cartaz* e sua circulação social

O *cartaz* é um gênero que se utiliza de informações curtas e objetivas. Ele tem uma função prática de informar, conscientizar, educar, convencer, realizar um pedido. Vemos cartazes em todos os espaços públicos, mas cada cartaz está em seu contexto social, desempenhando sua função na sociedade. Para além de suas funções básicas, ele promove a interação entre o enunciador e o interlocutor. A seguir, apresentamos alguns exemplos do gênero que revelam as diferentes funções para as quais são criados:

Figura 02: cartaz que tem como objetivo conscientizar sobre perigos das drogas



Disponível em :<<https://brainly.com.br/tarefa/28111121>>. Acesso: 08 de agosto de 2022.

Figura 03: cartaz contra a prática do *bullying*



Disponível: <<https://midiasstoragesec.blob.core.windows.net>>. Acesso: 08 de agosto de 2022.

O cartaz da figura 03 tem como função conscientizar e educar sobre a consequência trágica de quem faz *bullying*: a morte do oprimido. Além disso, o cartaz classifica a atitude como um ato de abuso de poder e crueldade.

Diferentemente das figuras anteriores, o cartaz da figura 4 tem o propósito de informar sobre uma oferta no comércio:

Figura 04: cartaz com função informativa



Disponível em: <<https://listenx.com.br/blog/cartaz-de-oferta-de-supermercado>>. Acesso: 08 de agosto de 2022

Similarmente à figura 4, o cartaz da figura 5 tem o propósito de vender um produto:

Figura 05: cartaz com função de vender uma lavadora de roupas



Disponível em:<<https://www.pricefy.com.br/blog/cartaz-de-promocao-como-utilizar-os-grandes-formatos>. Acesso: 08 de agosto de 2022.

Há ainda os cartazes cujo objetivo é fazer algum tipo de pedido, que coincide com o objeto de estudo desta dissertação. Sobre esse tipo de cartaz, veremos vários exemplos/dados no capítulo 4.

No gênero cartaz, ocorre também o uso de palavras-chave e recursos multissemióticos que têm como objetivo despertar a atenção do destinatário para informações focais (também conhecidas como gestálticas).

Na figura 2, cujo objetivo é evitar o uso de entorpecentes, vemos o *não a droga!* escrito em caixa alta e negrito: recursos que ajudam o leitor a focar na informação proposta como focal pelo enunciador. Na figura 3, vemos, em vermelho, a expressão *bullying mata e diga não ao bullying*, que tem como objetivo educar as pessoas sobre a consequência de fazer *bullying*. Na figura 4, vemos, em vermelho, a palavra *oferta*, que tem como objetivo informar a quem está passando pelo supermercado o preço do arroz integral. Na figura 5, vemos um *mega saldão* destacado em vermelho e azul. Logo abaixo, aparece o valor da lavadora de roupa, cujo objetivo é convencer o destinatário a realizar a compra da máquina que está em promoção. Os contrastes entre cores e entre letras maiúsculas e minúsculas são recursos extralinguísticos explorados para dinamizar a leitura, conduzir o olhar do interlocutor para determinada informação.

Diferentes situações sociais podem se valer dos cartazes para provocar no interlocutor algum tipo de reação. Os cartazes se fazem inscritos em situações como a prevenção contra a dengue, eleições, festas, manifestações democráticas, propagandas, pedidos de ajuda e, em geral, têm valor apelativo, performativo, de modo que se espera uma ação por parte do interlocutor em resposta ao apelo. Os cartazes podem usar como suporte *posts* virtuais na internet, cartolinas, papel pardo, papelão, entre outros. De modo geral, são suportes visíveis, que podem ser segurados nas mãos, quando materiais e não virtuais. No caso do objeto tema deste estudo, os usuários dos cartazes fazem uso, principalmente, de papelão.

1.4 Argumentação e sua relação com o gênero *cartaz*

O gênero *cartaz* tem importante relação com a argumentação, pois o enunciador espera do interlocutor algum tipo de modificação em pensamento, comportamento ou ação.

Para Ferreira da Silveira (2015, p. 226), “vivemos numa condição humana muito problemática e entendemos claramente que a linguagem encerra em si um caráter problematológico”. Ainda segundo o autor, em qualquer conversa cotidiana e também nas grandes mídias, espalha-se a “retórica dos prudentes, dos medrosos, dos alienados, dos insensatos”. A retórica daqueles que oprimem, segundo Ferreira da Silveira (2015), abala nossa concepção de razão e a unidade se transforma em problema. A resposta para a pergunta *por que alguém diz o que diz da forma como diz?* encontra-se no “barulho interno do próprio texto”. Na análise da argumentação desses textos, para o autor, é importante deixar o texto falar.

É justamente isso que se propõe nesta pesquisa: deixar os cartazes, construídos pela retórica dos desvalidos, dos invisibilizados, dos que são incômodos sociais falarem por si mesmos por meio de uma retórica que lhe é própria.

Abreu (1999), tratando da retórica, afirma que a argumentação se diferencia da persuasão pelo fato de a argumentação tocar a razão do destinatário e a persuasão tocar sua emoção. No decorrer desta seção, tratarei com mais detalhes os dois termos e sua relação com o português insurgente escrito.

No âmbito da Nova Retórica, a argumentação pode ser entendida como o ato de convencer alguém a fazer alguma coisa. Para isso, fazemos usos de estratégias persuasivas que incitam o interlocutor a mudar de ideia, ou seja, na argumentação, fazemos escolhas lexicais, utilizamos mecanismos linguísticos e apelamos para o interlocutor para fazer o outro pensar como nós. Podemos usar como exemplo o caso de uma pessoa que parou de fumar cigarro e quer convencer seu amigo a tomar a mesma atitude. Para isso, ela cita o artigo *Os efeitos do tabagismo como fator de risco para doenças cardiovasculares*, cujo objetivo é mostrar alguns dos efeitos nocivos que o cigarro pode causar à saúde:

O consumo do tabaco é um fator de risco para seis das oito causas principais de morte no mundo: doenças cardíacas isquêmicas, acidentes vasculares cerebrais, infecções das vias aéreas inferiores, Doença Pulmonar Obstrutiva Crônica (DPOC), tuberculose e cânceres de pulmão, traqueia e brônquio (OLIVEIRA; VALENTE e LEITE, 2008).

Além disso, acrescenta que o uso de cigarro *pode causar tuberculose, úlcera gastrintestinal, osteoporose, impotência sexual, infertilidade, entre outros*. Nesse sentido, os argumentos apresentados são sólidos, ou seja, embasados na ciência, o que gera credibilidade para o interlocutor. Diante disso, a argumentação se faz diante da apresentação de argumentos. Foram usadas várias provas de que o cigarro faz mal à saúde. Caso o interlocutor tenha dúvidas sobre os dados apresentados, ele poderá pesquisar e encontrar informações que comprovem a veracidade dos argumentos. Então, apresentar dados é um recurso importante para sustentar o nosso ponto de vista.

Abreu (1999, p. 3) afirma que saber argumentar

seja em família, no trabalho, no esporte ou na política é, em primeiro lugar, saber integrar-se ao universo do outro. E também obter aquilo que queremos, mas de modo cooperativo e construtivo, traduzindo nossa verdade dentro da verdade do outro.

A argumentação empreendida pode levar ao sucesso comunicativo do ato de fala. Tal sucesso pode ser refletido na escolha lexical e no modo de organização das frases do enunciado.

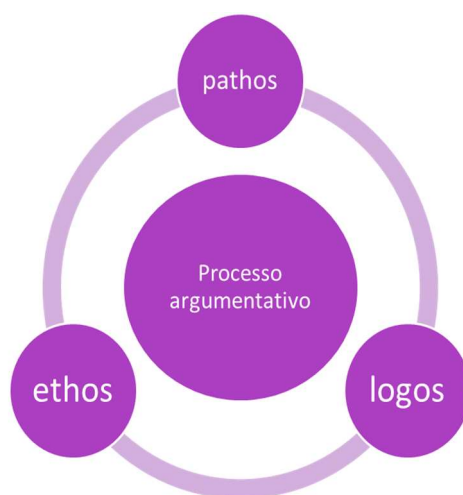
Para Abreu (1999, p. 3), “o verdadeiro sucesso na argumentatividade depende totalmente das relações interpessoais e da capacidade de compreender e transmitir ideias e emoções”. Diante disso, saber argumentar é trazer o outro para nossa realidade, é convencê-lo a pensar/ agir como queremos, mostrar que sabemos gerenciar informações e emoções.

Abreu (1999, p. 9) afirma que “persuadir é saber gerenciar relação, é falar à emoção do outro”. Trata-se de uma ferramenta poderosa, pois também é influenciar, e acreditar em quem está emitindo o enunciado é

o primeiro passo para o convencimento. Isso se alinha com a definição de *ethos*, palavra usada por Aristóteles que tem como significado a imagem que o enunciador/orador constrói na atividade discursiva e *pathos*, que trata sobre as paixões e emoções despertadas no auditório diante das ideias apresentadas (FERREIRA DA SILVEIRA, 2015, p. 1360). Para Ferreira da Silveira (2015), no processo argumentativo, “alguém fala de algum lugar, numa determinada posição discursiva sobre algum assunto (referência) e tematiza, à sua maneira (*ethos*), racional (*logos*) ou emocionalmente (*pathos*) o que precisa ser dito naquele momento”.

Podemos sintetizar os elementos do processo argumentativo por meio da figura 6, a seguir:

Figura 06: elementos que integram o processo argumentativo



Fonte: elaboração própria

Segundo Ferreira da Silveira afirma (2015, p. 1361), com base em Aristóteles, quase se poderia dizer que o modo como o argumentador se apresenta (*ethos*) constitui o principal meio de persuasão. A autora também menciona Plantin (2008, p. 112), afirmando que “ele (*ethos*) age por empatia, por identificação e transferência”. Para o leitor/interlocutor tocar o *ethos*, emissor e interlocutor terão de ter valores nivelados. Será necessária uma identificação com o discurso do autor. Essa imagem e da emoção que o orador constrói através das escolhas lexicais, dos gestos, do canal em que a mensagem é emitida, implicará nas ações do seu interlocutor. Diante disso, o *ethos* está ligado à credibilidade, à confiança moral e aos valores que o emissor constrói durante o ato do discurso.

No caso do português insurgente escrito, seria uma falácia, por exemplo, uma pessoa pedir ajuda financeira no sinalizador e, depois de alcançar o feito, entrar no próprio carro, BMW i4 do ano 2021, carro avaliado em mais de 300 mil reais. Por isso que a imagem gerada na argumentação precisa estar alinhada ao que se pretende crível, quanto mais mecanismos o orador/enunciador usar para lhe favorecer, mais sensível ficará a plateia/enunciador.

Le Sénéchal-Machado (1997, p. 28) inicia seu artigo *O processo de persuasão e o comportamento de persuadir* citando Pascal (1658, p. 184-185):

a arte de persuadir tem uma relação necessária com a maneira pela qual os homens consentem naquilo que lhes é proposto e com as condições da coisa que se quer fazer crer. A maneira mais natural é a do entendimento, pois (...) persuadir consiste tanto em agradar quanto em convencer; de tal forma, os homens se governam mais pelo capricho do que pela razão. Assim, nunca pode ser posta em dúvida uma demonstração natural de persuasão em que foram observadas essas circunstâncias; e nunca poderão ter força as demonstrações em que faltem esses elementos.

Desse modo, compreende-se que persuadir é ter controle direto sobre o comportamento do outro, convencê-lo a pensar como queremos, a fazer o que desejamos. A citação apresentada por Le Sénéchal-Machado (1997) parece mostrar que a persuasão envolve também o convencimento, uma vez que, para o autor, “persuadir consiste tanto em agradar quanto em convencer”.

Assim, vemos que o *ethos*, o *phatos* e também as *estratégias argumentativas* são os elementos por excelência da retórica, dado que a nossa capacidade de nos deixar influenciar pelos discursos alheios está ligada à emoção, como afirmou Pascal (1658) *apud* Le Sénéchal-Machado (1997). A conectividade entre argumentação, persuasão e sua relação com o gênero cartaz está no uso de informações e de pedidos explícitos para ser assistido. Apesar de o texto do cartaz ser curto e ter informações básicas, as escolhas lexicais influenciarão a forma como o interlocutor responde ao discurso.

1.5 A polifonia nos enunciados linguísticos

A polifonia diz respeito às diferentes vozes que se encontram e se confrontam no interior de um discurso. Tais vozes constituem interdiscursos se entrecruzando no interior do signo, ideológico por natureza e por definição, na perspectiva de Bakhtin (1999).

Tudo que dizemos é atravessado por várias vozes, principalmente de pessoas mais próximas: reproduzimos discurso dos nossos chefes, professores, colegas de trabalho, líderes religiosos, pais, amigos, namorado(a), esposo(a), políticos, livros, filmes, peças de teatros, entre outros. Isso demonstra que nenhum discurso é neutro, mas influenciado por outros, ou seja, nunca falamos sozinhos, sempre há outras vozes no nosso discurso e essa multiplicidade advém da cultura em que estamos inseridos, por isso, não podemos desconsiderar os contextos de fala no estudo da polifonia.

A seguir, apresentamos o *poema a Jesus Cristo nosso Senhor* de Gregório de Mattos, em que o autor usa uma parábola bíblica para justificar o porquê de merecer o perdão divino após ter pecado:

Pequei, Senhor, mas não porque hei pecado,
de vossa alta clemência me despido;
porque quanto mais tenho delinquido,
vos tenho a perdoar mais empenhado.

Se basta a vos irar tanto um pecado,
a abrandar-vos sobeja um só gemido,
que a mesma culpa, que vos há ofendido,

Se uma ovelha perdida e já cobrada,
glória a vos tem para o perdão lisonjeado.
e prazer tão repentino
vos deu, como afirmais na sacra história:
Eu sou, Senhor, a ovelha desgarrada,
cobria-a; e não queirais, pastor divino,
perder na vossa ovelha a vossa glória (MATTOS,1996).

No poema, o autor usou a técnica de argumentação da retorsão. Abreu (1999) afirma que essa estratégia ocorre quando o enunciador faz menção ao argumento utilizado pelo seu opositor argumentativo. Nesse caso, notamos que Gregório de Mattos usou uma parábola que foi proferida por Jesus Cristo a fim de ser perdoado. De forma inteligente, ele usou o próprio argumento de quem poderia julgá-lo pelo pecado cometido para perdoá-lo.

Usou as palavras de Jesus “contra” o próprio isso demonstra o quanto somos atravessados pelo discurso alheio até para nos inocentar. Bakhtin (2008) afirma que “a verdade não nasce nem se encontra na cabeça de um único homem; ela nasce entre os homens, que juntos a procuram no processo de sua comunicação dialógica”. Diante disso, a polifonia está na multiplicidade de discursos que compõem a linguagem. Exemplos disso são as histórias passadas de pais para filhos, os folclores, as tradições e até mesmo as fofocas são vozes que transitam.

Ao estudar os romances de Dostoiévski na obra *Problemas da Poética de Dostoiévski*, Bakhtin (2008) deparou-se com a polifonia nas obras do autor, já que as vozes têm interação, porém, mantêm sua individualidade. Dostoiévski criava os personagens e os deixava agir de forma autônoma, com sua própria linguagem. Em vista disso, os personagens se sobressaem.

Para Bakhtin (1999), a linguagem é vista como processo de interação e não estaticamente. O autor a percebia como entidade viva que está sujeita a modificações, pois são os usuários que fazem novas invenções; o que também é chamado de alteridade, em que ocorre o processo dialógico. Aqui, na medida em que um interlocutor fala, o outro processa as informações para formar respostas e, assim, ocorre para ambos; os discursos só fazem sentido com a prática social.

Em outra obra, intitulada *George Floyd*⁸, é possível perceber a presença da polifonia. No decorrer da música, o autor traz um trecho que aponta a hipocrisia de um pastor:

Tava andando vendo um mendigo na porta da igreja,
E o pastor pregando dentro que odeia soberba.

Nesse trecho, o *rapper* faz uma crítica ao que o pastor ensina em contraponto às suas ações. O *rapper* referência aos ensinamentos do cristianismo que ensina a ajudar o próximo e não ser uma pessoa soberba. Vemos a polifonia de Cristo e também a polifonia da crítica social à hipocrisia.

Assim, vemos que as músicas do *rapper* Muralha mostra que ele não fala sozinho, pois ele sempre apresenta vozes de outros discursos. As músicas não são neutras, elas apresentam vozes de culturas, livros, vivências de outras pessoas. Isso nos mostra que a linguagem não é feita de forma individual, ela se forma pelo coletivo, pelo dialogismo.

CAPÍTULO 2

A LINGUÍSTICA COGNITIVA

O objetivo deste capítulo é discutir teoricamente a linguística cognitiva, cujos princípios embasam esta dissertação. São discutidos temas como o compromisso da linguística cognitiva com o experiencialismo, a semântica de *frames*, a *gestalt* e a compressão. Para isso, nos baseamos em autores como Ibarretxe-Antuano, Javier Valenzuela (2010), Antônio Suárez Abreu (2012).

2.1 A linguística cognitiva e seu compromisso com as bases experienciais

A cognição refere-se à nossa capacidade de transformar informações em conhecimento que adquirimos ao longo da vida. Estão interligados a esse conceito: foco, atenção, memorização, inteligência, pensamentos, fala, aprendizagem, linguagem, raciocínio, lógica, percepção, motivações, comportamentos físicos, tomada de decisões, controle das emoções, capacidade de processar informações, entre outros.

De modo geral, a palavra “cognição” é usada para fazer referência ao estudo da mente, aos modos como se adquire conhecimento. Nesse sentido, a teoria da cognição estuda tudo que se relaciona aos processos de informações, aquisição da linguagem, produção de conhecimento, julgamento, entre outros processos mentais. Nos estudos da Linguística Cognitiva (LC), especificamente, a linguagem é indissociável dos processos cognitivos da mente. Não dá para estudá-los de forma separada. Esse é um aspecto que diferencia a

⁸ Afro-americano assassinado em Minneapolis em 2020, estrangulado por um policial até morte em “abordagem”.

perspectiva da linguística gerativa. Sendo assim, os processos mentais, como por exemplo: argumentação, raciocínio lógico, julgamento, se manifestam por meio da linguagem.

O que nos diferencia de outros seres vivos são as nossas funções cognitivas. “O ser humano é a única espécie do planeta capaz de adaptar-se rapidamente às condições mais adversas, modificando o meio ambiente de acordo com suas necessidades” (ABREU, 2010, p. 9).

Devido ao conjunto de capacidades cognitivas enumeradas anteriormente, nós seres humanos, nos tornamos individualizados, pensantes, com capacidade de compreensão e resposta. Ao nos comunicarmos com o mundo, colocamos a cognição juntamente com a linguagem em uso, ou seja, com o falante e sua comunidade. É nesse momento que a linguagem se mostra como uma entidade não autônoma, ligada a outras capacidades humanas e também a serviço dos seus usuários, tal como defende a linguística cognitiva, em oposição ao modularismo da teoria gerativa. Dito isso, “vemos que mente e corpo são indivisíveis. A linguagem humana é igualmente um sistema complexo, portanto, adaptativo” (ABREU, 2010, p. 17).

Abreu (2010) denomina sistema complexo a capacidade das entidades humanas e não humanas de auto adaptação. O corpo humano, por exemplo, é um sistema complexo, porque consegue adaptar-se às mais diversas situações. Com a linguagem humana não é diferente, já que se adapta aos diferentes contextos sociais e culturais.

A organização das concepções também é a base da LC. Nessa linha de raciocínio, temos uma palavra que evoca outras, o que chamamos de *frames*. Como falaremos de modo mais detalhado na próxima sessão. Na semântica de *frames*, “uma palavra puxa outra”. A organização da estrutura conceptual está baseada na experiência humana. Nos *frames*, ativamos todo conhecimento enciclopédico sobre a palavra evocada e isso contribui para a compreensão de toda a cena.

A corporificação da mente também é uma característica definidora da LC⁹ (IBARRETXE-ANTUÃO; VALENZUELA, 2012). Segundo Johnson (1987), a hipótese é a de que a linguagem é corporificada, ou seja, o corpo dita as palavras, usado como referência para expressar linguagem. As noções, por exemplo, de *perto*, *longe*, *baixo*, *alto*, *grande*, *pequeno* são tomadas a partir da posição espacial do corpo. Diante disso, vemos que a locomoção faz parte da cognição humana para estruturação de pensamento. Através da experiência do corpo moldamos a linguagem. Como já dito: cognição e língua são indissociáveis. Logo, o pensamento e o corpo também. Assim, vemos que o mesmo processamento mental que nos orienta fisicamente também nos orienta nos processos cognitivos da linguagem, tais como: raciocínio, tomadas de opinião, construção de conhecimento; por isso, para a abordagem do fenômeno em estudo, não consideramos a língua

⁹ Original espanhol: “La corporeización (inglés embodiment) es otro de los rasgos definitorios de la LC.” (IBARRETXE-ANTUÃO; VALENZUELA, 2012, p. 20)

uma atividade modular e possível de ser estudada de forma isolada da situação pragmática em que se insere e do contexto histórico e cultural em que ocorre.

A Linguística Cognitiva nos mostra que as experiências são corporificadas. Um exemplo disso está no ato de uma mãe abraçar um filho. Esse gesto não simboliza apenas a união de dois corpos que possuem laços parentais, mas também amor, afeto, cuidado, carinho. Vemos que essa experiência da emoção é vista dessa forma devido a nossa cultura. Assim, os processos neurais estão ligados às experiências corpóreas.

Segundo Abreu (2010, p. 29 *apud* Lakoff), “nossa percepção da realidade é construída pelo formato do nosso corpo, pela maneira como se movimenta, pela maneira como nossos sentidos percebem a realidade à nossa volta, pela forma como interagimos com o mundo, seus seres e objetos”. Prova disso está no seguinte exemplo: *estou a 10 pés do chão*, que nos mostra que os pés são usados como medidores de distância do corpo em relação a outro ponto no espaço, no caso, o chão.

A expressão *o poder está nas nossas mãos* mostra que a palavra *mãos* é usada abstratamente no sentido de controle. As mãos são partes do corpo humano que executam movimentos e ações, logo, entendemos o enunciado abstrato a partir de nossas experiências concretas com as mãos. Se *mão* tem poder e controle de executar ações comandadas pelo cérebro, logo, *o poder está na mão* significa que a situação está sob controle. Outros casos são as noções espaciais de *direita*, *esquerda*, *frente* e *trás*, que têm o corpo como referência. Assim, vemos que a descrição/percepção da realidade é construída a partir do nosso corpo¹⁰.

Abreu (2010) cita Lakoff e Johnson (2002), que apresentaram a teoria de *esquema de imagem*. Segundo Lakoff e Johnson (2002) *apud* Abreu (2010, p. 31), “esses esquemas são padrões estruturais recorrentes em nossa experiência sensório-motora que, quase sempre, servem para estruturar conceitos complexos”. George Lakoff e Mark Johnson (2002 [1980]) estudaram a relação de corpo e mente e provaram que a linguagem abstrata é construída por meio de palavras que remetem ao corpo como instrumento de referência.

Um dos esquemas de imagem apresentado pelos autores é o *esquema de percurso*, que possui os seguintes elementos: origem, trajeto e meta (SOURCE-PATH-GOAL). Os exemplos a seguir provam o quanto usamos a ideia de percurso no nosso cotidiano por meio da linguagem: *a proposta de emprego está estacionada*, *estou no fim da minha dissertação*, *temos que correr para entregar o projeto*. As palavras *estacionada*, *fim* e *correr* relacionam-se metaforicamente aos movimentos do corpo em num caminho, logo, vemos que corpo e mente são indissociáveis como afirmam os autores.

¹⁰ Vale salientar que esse corpo, conforme consideração de Tânia Ferreira Rezende (data? Está nas referências), em comunicação escrita, tem um corpo-padrão como referência, por isso, é considerado um corpo-político. A espacialidade, por exemplo, direita e esquerda considera o corpo-político destro, nunca o corpo-político sinistro ou canhoto. O corpo-político, portanto, é atravessado por uma ideologia dominante. Então, esse "nosso corpo" não inclui todos os corpos.

Ainda no esquema de percurso, temos os esquemas *contato*, *bloqueio*, *dinâmica de forças*, pois quando estamos em uma trajetória, podemos encontrar dificuldades, tais como uma porta fechada, um segurança que impede a entrada em um evento ou um carro que apaga no meio da rodovia. Diante desses bloqueios, são necessários o contato e o uso *eu quebrei a cara com aquele relacionamento*. Além desses esquemas, também usamos o esquema de *contâiner* para expressar ideias abstratas. Nesse esquema, temos três elementos: dentro, fora e fronteira a ser transposta (ABREU; 2010, p. 31). No esquema de *contâiner*, tudo que está do lado de dentro é mais valorizado em relação ao que está do lado de fora. Exemplo disso está nos seguintes enunciados: *você mora no meu coração*, *você não sai da minha cabeça*, *dentro de mim mora o maior amor do mundo*. Vemos que o que é conceptualizado como na parte de dentro tem conotação de maior valor.

Ibarretxe e Valenzuela (2012, p. 24) discorrem sobre o fato de a metáfora e a metonímia estarem presentes na gramática de usos dos falantes, pois fazem parte das experiências dos falantes. Para isso, as autoras citam a obra *Metaphors We Live By* de George Lakoff e Mark Johnson (2002 [1980]). Os autores mostram que o ser humano faz uso desses mecanismos cognitivos principalmente quando querem expressar as emoções, independentemente do nível de escolaridade querem expressar suas emoções, recorrem, por exemplo, às seguintes metáforas e metonímias: *minha cabeça está pegando fogo*; *bebeu uma caixa de cerveja*. Sabemos que as sentenças foram usadas no sentido conotativo, porque, em seu sentido literal, tais situações são praticamente impossíveis de ocorrerem. No entanto, os usuários da língua utilizam essas expressões para transmitir as conotações desejadas para os sentimentos que se passam em sua mente. Assim, a linguagem sempre lida com as noções de perspectiva e de subjetividade.

Para George Lakoff e Mark Johnson (2002 [1980]), a metáfora é transferência de domínios, ou seja, as características de um objeto A (domínio de origem) são direcionadas para o objeto B (domínio alvo), ou seja, uma mudança de domínios. No exemplo já citado *minha cabeça está pegando fogo*, *fogo* é o domínio fonte e *cabeça* é o domínio alvo. Já na metonímia, temos o domínio de origem (todo) para o domínio alvo (a parte de um todo) ou o contrário. Enquanto o domínio fonte foca em todo, o alvo foca apenas em uma parte. No exemplo: *bebeu uma caixa de cerveja*, a caixa é a parte de um todo, ao invés de dizer bebeu a cerveja toda, optou-se por dizer a caixa.

A LC assume que há um contínuo entre léxico, morfologia e sintaxe, temos a gramática de construção, em que é estudada a motivação sobre cada expressão construída, buscando descrever a língua com base nos usos que se faz dela. Um exemplo está no verbo *dar*, que tem como significado oferecer alguma coisa a alguém, um objeto e/ou sentimento. Porém, no uso cotidiano da língua, vemos as mais variadas expressões que fogem do sentido básico, como: *dar à luz*, *dar trabalho*, *dar uma volta*, *dar a volta por cima*, *dar de cara*, *dá murro em ponta de faca*, *dar o cano*, *dar para trás*, *dar um gelo*, *dar uma mancada*, *dar de cara com*

alguém, dar bolo em alguém, dar mole, deu bom. Todas essas construções são extensões da construção matriz de *dar*, em que há um agente (quem dá), um tema (o que é dado) e um beneficiário (quem recebe).

Notamos que tais expressões são usadas com sentido conotativo, pois as expressões *dar um gelo* e *dar murro em ponta de faca*, significam respectivamente: distanciar-se de alguém e insistir em algo que não vai ter sucesso. Vale ressaltar que essa mudança construcional ocorre com verbo *dar* e com várias outras construções graças à rotinização de uso e à capacidade dos falantes de atribuírem novas roupagens, novos significados e até novas formas para as palavras já existentes nos contextos de fala. É por isso que a língua deve ser compreendida como uma entidade viva e autônoma. Caso fosse estagnada, ela não passaria pelo processo de mudança.

Por que falar de linguística cognitiva para tratar de um fato social, como os cartazes de sinaleiro produzidos/divulgados por pessoas em situação de vulnerabilidade social? A escolha desse referencial teórico se deve ao fato de que os cartazes de rua constituem eventos de conhecimento. A cognição trata da aquisição, processamento e externalização do conhecimento. Mais especificamente, a linguística cognitiva trata da cognição social, ou seja, considera que fatores externos à linguagem podem alterar, modificar e moldar a linguagem.

2.2 Frames semânticos

Para a linguística cognitiva, *frame* é o domínio semântico de uma palavra, ou seja, ao usarmos, por exemplo, a palavra *corona vírus*, logo, associam-na à pandemia, morte, desemprego e vacina. *Frames* são, portanto, mecanismos da imaginação, que podemos associar com outras palavras por meio das ideias. Importante ressaltar que não são produtos fechados, acabados; pelo contrário, estão ligados às experiências de cada indivíduo, portanto, são passíveis de mudança.

A noção de *frame* é aplicável aos dados pelo fato de que o texto dos cartazes é curto, mas pode implicar muitos significados e associações. São esses significados e associações que pretendemos verificar por meio da utilização do conceito de *frame*.

A semântica de frames, proposta por Fillmore (2009 [1982]), nos possibilita um novo olhar em relação ao sentido das palavras. A teoria trabalha com a experiência humana que foi significada e ressignificada diante de cada contexto. Por exemplo, a palavra *quente* tem como significado *o que produz calor*, como um fogão, forno elétrico, secador de cabelo, panela de pressão, entre outros. No entanto, esse termo é usado metaforicamente para referir a seres humanos quando estão com os sentimentos aflorados, como em: *o clima ficou quente entre Camila e Luís, logo após Camilla ser pedida em namoro*. Também se usa *quente* para demonstrar que a situação se encontra desfavorável a alguém *a batata está quente para o seu lado*. Assim, a

semântica de *frames* trata da rede de palavras mobilizadas para acessar cada um desses sentidos possíveis, formando uma cena, um ‘enquadre’ de cena.

Para Fillmore (2009, p. 25),

a semântica de *frames* proporciona uma perspectiva diferente para enxergar o sentido das palavras, assim como para caracterizar os princípios usados na criação de novas palavras e sintagmas, acrescentar sentidos novos as palavras e combinar os significados dos elementos de um texto a fim de se chegar ao seu sentido final.

O autor ressalta que os *frames* privilegiam a continuidade de sentidos relacionados à linguagem e à experiência humana, atribuídos a uma determinada palavra, faz lembrar outras ou até mesmo expressões. É como se fosse uma árvore, em que foi formada de um único tronco, ou seja, a partir de uma palavra, outras são automaticamente lembradas na cena descrita. Dessa forma, vemos que a semântica de *frames* promove a associação da palavra à situação de uso ativando outras a ela associadas, enquanto, os *frames* lidam com conjuntos de conhecimentos armazenados e aprendidos da cultura e que são acionados pela enunciação de uma palavra ou expressão.

Silva (2011) considera que as pessoas categorizam informações recebidas por meio de semelhanças e diferenças. Assim, vemos que a autora concorda com a ideia de que a formação de conhecimento é feita em partes e em hierarquias. Importante ressaltar que essa categorização de como constituímos o conhecimento está diretamente ligada a teorias dos *frames*.

O **frame cognitivo** ocorre livre do contexto do falante, ou seja, diferentemente dos *frames* interacionais, que acionam os conhecimentos da situação vivida para que haja sentido, independe do contexto para chegar ao mesmo resultado.

Para Fillmore (2009, p. 117), os *frames* cognitivos, juntamente com os *frames* interacionais, estão aptos para o uso dos falantes. e também são esquematização de uma experiência, por exemplo: o falante, por meio da experiência de vida, sabe o que é um carro e que existem vários de modelos distintos, porque sua vivência permite concluir essa perspectiva. Isso vale também para mesas, cadeiras, sapatos, roupas, acessórios. Nesse caso, o falante não precisa acessar um contexto real como nos *frames* interacionais para entender o *frame* evocado.

Baldo (2015), em estudo sobre *frames cognitivos e frames interacionais* para alunos estrangeiros, constatou, por meio de um estudo de caso, que os *frames* cognitivos podem ser compreendidos independente do contexto real. Para isso, a autora apresentou algumas expressões idiomáticas isoladas, ou seja, livres do contexto de uso real, para esses alunos. Veremos a seguir o que um aluno declarou sobre a expressão idiomática *meter os pés pelas mãos*.

S4¹¹: Meter os pés pelas mãos, eu acho que é quando a pessoa faz alguma coisa inesperada, ou... (fica pensando)...

P.: Inesperada como?

S4: Não é para fazer e você faz. Por exemplo, não era para você falar alguma coisa e você falou, não era para você contar algum segredo e você contou.

P.: O que fez você chegar a essa conclusão?

S4: (pensa um pouco)... É que, no lugar dos pés, deveria ter colocado as mãos, então fez diferente, por isso cheguei nessa conclusão.

E: Então, pela ordem das palavras na frase?

S4: Sim, acho que sim. Eu acho que é mais ou menos uma analogia, “meter os pés pelas mãos” (BALDO; 2015, p. 335).

O Sujeito 4 recorreu a *frames cognitivos* para supor determinado sentido para a expressão *meter os pés pelas mãos*. Nesse estudo, foi medido o grau de transparência e opacidade das expressões idiomáticas. A expressão foi classificada como transparente, uma vez que não gerou tantas dúvidas quanto ao seu significado, pois o aluno conseguiu entender que a expressão sob estudo remete a uma situação anormal, confusa e atrapalhada, uma vez que não se usa os pés para fazer o que as mãos fazem. A interpretação ocorreu independentemente da situação contextual. A autora afirma que “essa interpretação [...] foi possível devido à associação dos sujeitos entre o conhecimento das formas linguísticas (palavras, frases fixas, padrões gramaticais.)

A expressão *ficar cheio de dedos*, também presente no trabalho de Baldo (2015), foi considerada opaca, uma vez que os entrevistados não compreenderam com clareza o significado. Diante disso, o grau de opacidade e transparência vai depender das pistas de significado deixadas ou não na forma da expressão. Os sujeitos 4 e 5 interpretaram a situação a partir do *frame de mão*. O primeiro alegou que transmite a ideia de *agarrar mais coisas que o possível* e o segundo disse que poderia significar *cheio de recursos*. Assim, vemos que as experiências dos sujeitos podem ajudar a inferir significados.

Portanto, os *frames cognitivos* são construídos a partir dos domínios cognitivos envolvidos na construção dos significados, considerando os contextos sociais, porque, por meio deles, o falante relaciona os *frames*. **Os frames interacionais** dependem do contexto para que sejam entendidos. Para Fillmore (2009), “as palavras representam categorização de experiências, sendo que cada uma dessas categorias se baseia em uma situação motivadora que ocorre em determinado contexto de conhecimento e experiência”. A situação motivadora é subjetiva, pois dependerá de cada contexto que o falante estiver inserido.

¹¹ O Sujeito 4 (S4) é nativo de espanhol e é a pessoa que está entrevistando.

Para compreendermos os *frames*, é necessário ir além da interpretação de códigos. O trabalho com tal semântica é um convite para nos aprofundarmos nas diversas culturas em que as palavras estão sendo criadas; compreender *frames* é buscar entender as motivações de criação. Sendo assim, os *frames* são motivados pela semântica empírica: Fillmore (2009) denomina categorização de experiência. Por meio da experiência e do contexto de fala, os usuários vão criando categorias, ou seja, novos sentidos às palavras.

A experiência empírica é de extrema importância para entendermos a continuidade de sentidos que as palavras vão obtendo em decorrência do uso (FILLMORE, 2009, p. 26). Assim, para compreender os *frames*, torna-se inevitável não considerar os contextos socioculturais em que essas palavras são produzidas. Conforme a teoria de *frames*, temos protótipos: palavras que melhor representam categorias.

A categorização é a capacidade que o ser humano tem de organizar em categorias as infinitudes de informação que recebe do mundo, “o ser humano tem habilidade de colocar entidades em grupos devido sua similaridade.” (ABREU, 2010, p. 21). Por meio da categorização vemos a noção de prototipia em que podemos ter representantes protótipos dentro de cada categoria. Essa teoria diz que as categorias não são integradas com estruturas homogêneas porque pode haver vários exemplos dentro dela. A representação se dá através das semelhanças, para estar na mesma categoria é necessário ter elementos em comum, um carro não pode estar na mesma categoria que os mamíferos, pois, não tem características semelhantes. Em uma categoria contém vários tipos de protótipos, mas os protótipos focais, aquele mais temos conhecimento, são os mais usados como exemplos, também conhecido como protótipos universais. Por exemplo, na brincadeira adedonha, dividimos categorias em animal, ator, atriz, cor, carro, país, cidade, estado, frutas, legumes, esporte, entre outros. Os primeiros elementos que vêm à cabeça para representar cada categoria são os protótipos. Podemos pensar nos seguintes exemplos: Carro: gol, País: Brasil, Estado: Goiás, Esporte: Futebol, Fruta: banana, Cor: verde, Atriz: Fernanda Montenegro. Logo, cada elemento dado para as categorias elencadas são os protótipos.

A relação entre *frames* e protótipos se dá pelos protótipos evocar a cena dos *frames*. Quando evocamos a palavra futebol, logo vêm à mente outros elementos que fazem parte do cenário tais como: estádio de futebol, time, jogadores, campo, bola e gol. Então, esses elementos, em conjunto, constituem o protótipo de futebol. Não fazemos relação com a palavra *missa*, porque esse elemento não faz parte, inicialmente, do *frame de futebol*. Um segundo exemplo é o *frame* fórmula 1. Logo pensamos em: carros, box, pilotos, pista de corrida, grid. Não relacionamos o elemento música com esse protótipo. Pode até haver músicas tocando, porém, esse elemento é marginal ao protótipo de fórmula 1. Assim, entendemos que as estruturas pertencentes a cada tipo de *frame* são os protótipos, ou seja, os protótipos e os *frames* têm uma representação em comum.

Cosenza (2019, p. 122) usou o poema “Não” de Augusto de Campos para discutir a relação de *frames* e protótipos na linguística cognitiva:

NÃO

meu amor dor não é poesia amar viver morrer ainda não é poesia
escrever pouco ou muito calar falar ainda não é poesia
humano autêntico sincero mas ainda não é poesia
transpira todo dia mas ainda não é poesia
ali onde há poesia ainda não é poesia
desafia mas ainda não é poesia
rimas ainda não é poesia
é quase poesia mas
ainda não é p
oesia

O autor nega categorias que são prototípicas à poesia, como no exemplo “*amar viver morrer, escrever pouco ou muito, rimas ainda não é poesia*”. Nega que essas categorias sejam poesia, apesar de todos os protótipos se relacionarem à ideia de poema. Augusto de Campos tenta tirar as ideias que remete ao *frame* poesia, ou seja, descaracteriza a poesia. “Dessa forma, o poema constrói-se a partir da quebra das expectativas do leitor, negando elementos que estavam latentes no *frame* evocado” (COSENZA, 2019, p. 122). Esta é a função da arte: quebrar expectativas, paradigmas, imagens mentais já esperadas.

A semântica de *frames* também se define como um instrumento para a construção do entendimento, uma vez que as palavras são organizadas em categorias da experiência. Os *frames* não só fornecem a definição do contexto situacional e estruturam nossas experiências, mas, principalmente, funcionam como princípios de organização que governam eventos. Por meio desse modo de organizar, compreendemos os sistemas complexos, que estão divididos em esquemas. Por exemplo, ao responder à pergunta “o que está acontecendo aqui?”, o falante irá evocar sua experiência de mundo por meio de *frames*. Se o *frame* for uma festa, o falante irá relacionar a *bebidas, músicas, dança e amigos*.

Vale ressaltar que os *frames* só fazem sentido se os sujeitos envolvidos na situação tiverem conhecimento cultural sobre a palavra evocada. Isso significa que o *frame interacional* depende do *frame cognitivo*. O *frame* de *dor*, para grande parte das culturas, significa sofrimento e perda. Já nos rituais indígenas, como na aldeia Sateré-mawé, na Amazônia, a dor é vista como um gesto de coragem, uma vez que por meio dela se dá, por exemplo, a iniciação masculina através de inserir luvas feitas de palha e cheias de formigas tucandeiras.¹²

¹² O exemplo foi dado na disciplina *Tópicos de saúde* na UFG no ano de 2015, quando eu cursei a Graduação em Letras. (consultar normas de citação para citação de conteúdo ministrado em disciplina e acrescentar às referências)

Os *frames* relacionam-se também com a noção de humor, que é gerado da quebra de expectativa, quando o interlocutor tem conhecimento cultural sobre os *frames* mencionados nos textos humorísticos. Em geral, tais textos fazem uso de *frames* opostos, mas que, de alguma forma, se relacionam. Apesar de serem opostos, a ligação entre eles deve fazer sentido para o interlocutor. Sendo assim, para promover o humor, faz-se necessário conhecimento de mundo sobre os *frames* evocados, ou seja, o interlocutor precisa estar inserido no contexto sociocultural em que o humor foi produzido. Raskin (1979; 1985) *apud* Barreto (2013) foi quem apresentou a *Teoria de Script do Humor*, que trata da compatibilidade com dois *frames* diferentes.

Os *frames* interacionais constroem-se por meio da interação linguística que trazem à tona estruturas elaboradas, que são as formas que o falante organiza as informações que recebe do contexto em que está inserido.

Diante do exposto, os *frames* apresentam uma nova visão sobre as palavras, adicionando novos sentidos, pois surgem da experiência humana. As palavras, na perspectiva da semântica dos *frames*, não podem ser estudadas de forma isolada, porquanto, estão ligadas às organizações das experiências e aos valores sociais.

Assim, é primordial compreender as estruturas que estão inseridas nas cenas da experiência, porque a partir dessa estrutura serão disponibilizadas outras palavras ligadas ao *frame* evocado.

Vale ressaltar que a semântica de *frames* nos ajuda a interpretar e formular discursos. A forma como um discurso é escrito refere-se aos *frames* que o escritor quer colocar em destaque. No exemplo a seguir, vejamos:

(1) *Paguei caro no ingresso do jogo.*

Em (1), notamos que o verbo *pagar* seguido da palavra *caro* coloca em evidência o valor monetário do ingresso. Se a frase for reformulada, usando-se o verbo *comprar* sem a palavra *caro*, teremos a estrutura (2), a seguir:

(2) *Comprei o ingresso para o jogo.*

Vemos que o destaque está na ação de comprar o ingresso para o jogo. Não há mais a sensação de reclamação sobre o valor do ingresso. Assim, a forma como os enunciados são constituídos revela as subjetividades que os escritores querem evidenciar.

Parintins (2022) discute a relação dos *frames* a partir de um programa de televisão, *Casos de Família*, que trata de conflitos do cotidiano. O autor fez um estudo de caso, em que analisou a categorização dos *frames* relacionados à família e ao trabalho, em um episódio do programa televisivo. Notamos que a mobilização ocorre em função dos valores sociais e na interação e que, em grande parte dos dados, os *frames* estão no sentido depreciativo.

No artigo em questão, foram analisados os *frames* mais produtivos: família e trabalho, com valoração depreciativa e não depreciativa “como forma de classificar a disposição dos interlocutores ao categorizar o outro e de inferir analiticamente os valores sociais envolvidos ” (PARINTINS, 2022, p. 8). Os *frames* foram acionados por meio de um diálogo entre a apresentadora, convidados e psicóloga. Às vezes, havia participação da plateia.

O assunto tratado nesse episódio discorre sobre as relações de uma mãe e uma filha. A filha foi referida como “piriguete” pelo fato não de trabalhar. Notamos que, em dado momento, a mãe categoriza a filha como “colega” e logo depois como “piriguete”, que mostra uma relação depreciativa estabelecida a partir dos *frames* família e trabalho. Observamos também que a apresentadora deixava clara sua visão em relação ao *frame* trabalho, ela se referiu a ele sempre de forma positiva “[filho] tem que ajudar [a mãe que trabalha], [ajudar a mãe que trabalha é algo que] faz parte da família” (PARINTINS, 2022, p.16).

Importante também para os nossos estudos é o conceito de *superframe*, proposto por Mignolo (2008) *apud* Lima, Silva e Rezende (2021). O *superframe* diz respeito ao alargamento da moldura, ao afrouxamento das bordas do *frame* (LIMA; SILVA; REZENDE, 2021, p. 47). Os autores ainda consideram que “o *superframe* constitui uma camada mais espessa do *frame*” (p. 47). Considerar o *superframe* significa observar contextos socioculturais mais amplos do que aqueles que conhecemos usualmente. Isso está relacionado aos estudos cognitivos na medida em que o analista da língua ou das questões sociais considera outras conceptualizações diferentes daquela a que teve acesso.

A linguagem, portanto, na perspectiva da linguística cognitiva, é considerada como um lugar em que os sentidos dos elementos lexicais podem ser amplos, além disso, os *frames* são dinâmicos e estão disponíveis para o funcionamento da língua.

2.3 A *gestalt* em linguística cognitiva

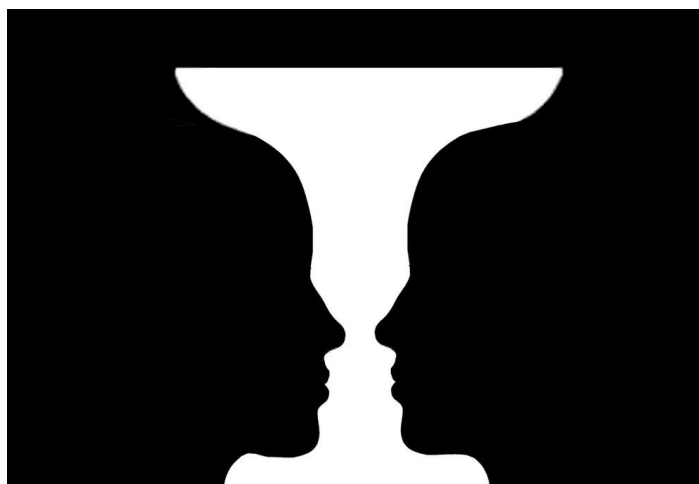
No artigo intitulado *Abordagens gerais para a definição da Gestalt: linguística, Pontos de vista sociológicos e psicológicos*, os autores vão em busca da definição do termo *gestalt*, uma vez que a teoria não se aplica apenas à linguística, mas também nos campos da sociologia e da psicologia. Lakoff (1972) afirma que a palavra *gestalt* tornou-se a estrutura da organização de pensamento, percepção, atividade motora e linguagem para o interlocutor.

O termo *gestalt*, nos vários campos do saber do mundo inteiro, indica uma integração de partes, em oposição à soma, que resultaria num todo. É também conhecida como Psicologia da *Gestalt* ou Psicologia da Boa Forma ou leis da *Gestalt*, essa teoria trabalha com a percepção e se relaciona, por exemplo, ao modo como se vê uma realidade dividida em partes. Em testes de percepção, por exemplo, há muitas figuras

ambíguas que tanto podem ser vistas com um desenho ou com outro, a depender dos elementos que as compõem, mas a cognição normalmente vê um desenho antes do outro.

Vejamos um desses exemplos:

Figura 07: representação imagética da *gestalt*



Disponível: <<https://www.psicologodouglasdemacedo.com.br/post/figura-e-fundo-da-gestalt>> Acesso: 6 fev. 2023.

Na figura 7, no espaço em branco, nossa percepção visualiza uma taça, um cálice. No espaço em preto, visualizamos dois rostos que se encontram frontalmente. A nossa percepção pode atentar-se para um ou para outro elemento, a depender da lei da Gestalt¹³ que atua no processo.

A palavra alemã *gestalt*, para Moreira (2011), pode ser entendida como um modo de configurar partes individuais em um todo, destacando, a cada momento, uma delas como **figura** e outras como **fundo**. A cada enunciado, são selecionados **elementos** diferentes presentes nesse todo. Os que **se sobressaem e ganham saliência** constituem figura. Os que **ficam em segundo plano, ou menos salientes**, constituem fundo.

Podemos acrescentar ainda que a *Gestalt* propagada no campo da percepção, da psicologia cognitiva e da linguística cognitiva se organiza de forma livre. Para Freitas e Silva (2020, p. 9), o conceito de *Gestalt* pode influenciar o modo como um sujeito percebe ou deixa de perceber determinado objeto, visto que a atenção é topicalizada ou focalizada na construção de um enunciado ou em uma imagem.

Na *gestalt*, entendemos que o sujeito, ao produzir um enunciado, no caso, cartazes, panfletos e folhetos, objetos de estudo desta dissertação, coloca em destaque as partes que acredita serem mais relevantes sob o seu ponto de vista. Sendo assim, o sujeito torna figura (*foreground*) aquilo que acredita ser relevante. Numa outra

¹³ As leis da *Gestalt* são do campo específico da Psicologia Cognitiva. Não trataremos dessas leis neste trabalho, porque tomaremos como básicos apenas os conceitos de figura e fundo.

situação, outros enunciados do mesmo contexto poderiam ser destacados, mas funcionam como fundo (*background*).

Fazendo uso desse conceito nos estudos do português escrito em cartazes, evidenciamos nos dados coletados, que serão analisados no capítulo 4, que uma das estratégias para as pessoas destacarem algumas informações era escrever com destaque em vermelho e/ou em caixa alta, com letra maior etc, como por exemplo: *TENHO FILHOS. FOME. AJUDA.*

2.4 A compressão linguístico-cognitiva

A noção de compressão, para Fauconnier e Turner (2002), está ligada à junção de domínios diferentes em um só, assim como ocorre nas metáforas. Ao unirmos os domínios de um objeto A ao objeto B, formamos uma **compressão**, ou seja, num domínio C encontram-se comprimidos atributos e características dos domínios A e B.

Na expressão *filho de Deus*, por exemplo, ocorre a compressão pela junção dos domínios homem e divindade. Um outro exemplo é quando olhamos uma fotografia em que há somente o rosto da pessoa. Quem vê a foto sabe que o restante do corpo da pessoa está integrado ao rosto, mas, por compressão, entendemos que aquele rosto significa a pessoa como um todo. A pessoa foi comprimida por meio de seu rosto. Isso gera a metáfora *o rosto é a pessoa*, tal como apontam Lakoff e Johnson (2002).

No artigo *O papel da mesclagem conceptual na construção do significado do angulador 'um tipo de'*, Pina (2006) faz um estudo sobre conexões cognitivas e espaços mentais. Mostra que as conexões cognitivas interferem na formação do pensamento, que se dá pelas diversas operações cognitivas entre língua, corpo e mente.

Para a autora, “através da mesclagem, uma gama de informações sofre compressão, definida como um mecanismo conceptual que promove *insight* global, entendimento em escala humana e novo significado” (PINA, 2006, p. 293). É na mesclagem que ocorre a compressão de dados de dois espaços mentais para formar um novo espaço com informações mais ricas. As informações são comprimidas em similaridades.

De acordo com Miranda e Mendes (2014), um dos benefícios da Integração Conceitual (IC), por meio do mecanismo da metáfora, é a compressão. Assim, relações conceituais, tais como tempo, espaço, causa-efeito, identidade, analogia, mudança aparecem repetidas vezes na compressão obtida por uma IC” (MIRANDA; MENDES, 2014, p. 246). A integração entre conceitos realiza compressões sistemáticas e consegue expressá-las de forma simples.

Pina (2006, p. 294) reproduz o exemplo da corrida de barcos, que foi originalmente dado por Fauconnier e Turner (2002, p. 63). Um moderno barco à vela, chamado *Great America II*, viaja, em 1993, de

São Francisco a Boston. Ele é comparado ao antigo barco à vela chamado *Northern Light*, que realizou o mesmo percurso em 1853. Antes de chegar a Boston, alguém poderia dizer: *neste ponto da viagem, o Great America II está 4,5 dias mais adiantado que o Northern Light*. Segundo Pina (2006), a expressão *mais adiantado que* coloca os dois barcos viajando no mesmo percurso simultaneamente, em 1993. Há, portanto, uma mescla temporal: a viagem de 1853 é projetada para 1993. O ano de 1853, as condições climáticas e a motivação da viagem são desprezadas, embora existam. Houve, portanto, a compressão de um evento no outro por meio da relação vital *tempo* a fim de possibilitar a comparação.

O que pretendemos defender aqui é que a compressão não ocorre somente no âmbito da integração conceptual *stricto sensu*, ou seja, da integração entre dois domínios diferentes que encerram uma metáfora. Ela pode ocorrer também por meio do mecanismo da generalização. Uma expressão mais genérica nos cartazes, como por exemplo PRECISO DE AJUDA, comprime toda a situação ali embutida: 1) há uma pessoa em situação de vulnerabilidade; 2) o elemento genérico *ajuda* se traduz na forma de um pão, uma bolacha, arroz, feijão, macarrão, moedas, cédulas de dinheiro, trabalho; 3) se há conhecimentos partilhados, a informação enunciada (*Preciso de ajuda*) acessa todas as outras informações nela embutidas...

Diante de todas essas considerações teóricas, vemos que, de acordo com a linguística cognitiva, a mente humana é capaz de formar novas ideias por meio da integração dos espaços mentais e esses espaços também fazem parte da imaginação. Isso mostra o quanto a mente humana é poderosa para organizar e acessar os conhecimentos advindos da experiência e, com eles, levar o sujeito a agir no mundo e a interpretá-lo.

Feitas essas considerações teóricas, passamos para o percurso metodológico da pesquisa.

CAPÍTULO 3: PERCURSO METODOLÓGICO

Este capítulo tem o objetivo de tratar da metodologia utilizada para a realização da pesquisa. Inicialmente, apresentamos a caracterização da pesquisa e, em seguida, os passos realizados tanto para a coleta de dados quanto para a análise de dados.

3.1 Caracterização da pesquisa

Com base em Gil (2002), em relação à natureza, esta pesquisa se caracteriza como **descritiva**, **explicativa**, **qualitativa** com suporte **quantitativo** porque propõe descrever características do português popular insurgente escrito por meio do gênero *cartaz* de rua e também explicar os padrões de enunciados encontrados nesses cartazes.

Em relação aos procedimentos técnicos, é uma pesquisa **documental e de campo**, uma vez que a pesquisadora se valeu da internet para buscar os dados e também foi a campo na cidade de Goiânia para coletá-los. Quando se diz “foi a campo”, significa que a pesquisadora percorreu a pé e de carro diferentes setores da cidade de Goiânia, nos sinaleiros, na porta de banco, na porta de supermercado e nos terminais de ônibus, coletar os dados desta pesquisa. Também significa que percorreu diferentes sites da internet à procura dos dados virtuais, no período de março de 2021 a dezembro de 2021.

Em relação à abordagem, é uma pesquisa **qualitativa**, já que aplicou uma interpretação possível aos dados à luz de teorias linguísticas, uma teoria de base e outras adicionais.

3.2 Os passos da pesquisa

Num primeiro momento, foi feita leitura teórica sobre a caracterização do português insurgente escrito, sobre a linguística cognitiva no que diz respeito, principalmente, às noções de *frame*, *gestalt* e compressão. Foram feitas também leituras adicionais, tais como as que tratam da polifonia bakhtiniana, da argumentação, da persuasão, da sociolinguística, do gênero cartaz.

Num segundo momento, realizou-se a pesquisa de campo para coletar 50 dados do português escrito em cartazes em diversos lugares da cidade de Goiânia, durante o período de março de 2021 a dezembro de 2021. Os locais foram: sinaleiros, porta de bancos, porta de supermercados e padarias, praças, terminais de ônibus e feiras de diferentes bairros.

O percurso foi realizado de carro e a pé. As fotos foram feitas num aparelho Galaxy J8 também da marca Samsung. As fotografias que produzi, compartilhei-as com meu orientador pelo aplicativo de mensagens Whatsapp, a fim de saber se os dados estavam de acordo com a pesquisa. Da mesma forma, o orientador, ao coletar algum dado, o enviava para o meu aplicativo de mensagens. Com a orientação de que estavam alinhadas com o propósito desta dissertação, as imagens foram inseridas no *drive online* do Google a que denominamos do **banco de dados**. Feito isso, cataloguei todas as figuras, seguindo os seguintes passos:

- 1º) indicação da fonte: se a imagem foi levantada por mim ou pelo orientador desta pesquisa;
- 2º) enumeração de todas as figuras, de forma a catalogá-las numericamente;
- 3º) indicação do local de onde as imagens foram tiradas (rua, avenida, setor, cidade);
- 4º) inserção da data da coleta da fotografia do texto, com preservação da imagem da pessoa.

Num outro momento dentro desta etapa da pesquisa, coletei 50 imagens da internet que possuíam os mesmos objetivos: pedido de ajuda de um grupo vulnerável da população. As imagens foram coletadas de diversos *sites*. As 50 primeiras fotografias constituíram o nosso *corpus* principal de análise. As outras 50 imagens da internet constituíram o nosso *corpus* secundário. As fotografias da internet permitiram verificar

se a situação social e linguística da cidade de Goiânia era semelhante a outras localidades do país¹⁴. Nesse momento, realizamos os seguintes passos:

- 1º) pesquisa no navegador *Google* com as palavras-chave Pandemia, cartazes, sinaleiro;
- 2º) navegação nos *sites* apresentados pelo o *Google*;
- 3º) seleção das imagens que estavam dentro do escopo do trabalho;
- 3º) cópia da imagem selecionada;
- 4º) colagem da imagem no banco de dados;
- 5º) catalogação das imagens de modo semelhante ao que foi feito com as fotografias autorais;

O banco de dados foi constituído, então, por 100 textos: 50 coletados por mim e pelo orientador desta pesquisa, que se caracteriza como *corpus* principal. São, portanto, autorais. E os outros 50 retirados, por mim, da internet, que se caracteriza como *corpus* secundário.

3.3 Caracterização do recorte espacial

Como dito brevemente na seção anterior, os dados coletados nessa pesquisa são da cidade de Goiânia, Goiás.

Diante do contexto socioeconômico de que tratamos no capítulo 1, durante a Pandemia do novo Coronavírus, várias empresas brasileiras foram obrigadas a fechar as portas e/ou diminuir carga horária de trabalho, a fim de diminuir a circulação de pessoas nas ruas, o que por consequência diminuiria a proliferação do Coronavírus.

Esse contexto político, econômico e sanitário reverberou nos sinaleiros, portas de padarias, portas de supermercados, portas de restaurantes e terminais de Goiânia e do Brasil. Muitas pessoas estavam desempregadas e, em grande parte, desassistidas pelas políticas públicas. Diante disso, encontraram nesses lugares uma forma de lutar pela sobrevivência.

Dito isso, eu juntamente com o orientador desta pesquisa, fomos às ruas de Goiânia em busca de materiais para constituir o banco de dados dessa dissertação.

Os dados foram coletados de março do ano de 2021 até dezembro de 2021. Posteriormente, dados extras foram surgindo à medida que trafegávamos pela cidade de Goiânia. Os dados foram coletados nos seguintes setores de Goiânia:

¹⁴ A proposta inicial do projeto era coletar 100 cartazes: 50 deles fotografados em vários lugares de Goiânia e os outros 50 coletados da Internet. Por ocasião do Seminário de Dissertações e Teses e do Exame de Qualificação, porém, a Profa. Fernanda Cunha Sousa sugeriu que o *corpus* principal fosse apenas as 50 fotografias de cartazes produzidos na cidade de Goiânia e que as outras 50, coletadas da internet, funcionassem apenas como um *copus* complementar. Também a Profa. Tânia Rezende, na qualificação, concordou com a ideia e assim foi feito.

- a) Avenida Perimetral nas proximidades do *shopping* Passeio das Águas, sinaleiro de cruzamento no setor Balneário;
- b) Sinaleiro do setor Negrão de Lima.
- c) Sinaleiro da rua 10 setor leste universitário.
- d) Sinaleiro do cruzamento Av. Pedro Paulo de Souza e Perimetral, Setor Goiânia 2.
- e) Supermercado Pró Brazilian, 5º Avenida, Setor Leste Vila Nova.
- f) Avenida Anhanguera, setor Campinas.
- g) Porta do banco do Brasil, 5º Avenida, Setor Leste Vila Nova.
- h) Rua 10, Centro.
- i) Rua 136, Setor Marista.
- j) Rua 86, Sul.
- k) Av. Manchester, Novo mundo.
- l) Av. Jamel Cecílio, Jardim Goiás.
- m) Setor Bueno.
- n) Avenida 85, setor Marista.
- o) Bar e Restaurante no Oeste.
- p) Terminal Praça da Bíblia.
- q) Perimetral Norte, altura Urias.
- r) Avenida Anhanguera, Centro.
- s) Avenida Castelo Branco, Campinas.
- t) Rua 90, setor Sul.
- u) Avenida 84, Setor Sul.

Na figura 8, o mapa de Goiânia mostra a marcação de alguns dos setores em que se realizou a pesquisa:

Figura 08: mapa da região metropolitana de Goiânia, com destaque para os bairros onde houve coleta de dados



Disponível em: < www.encontragoiania.com.br/sobre/bairros-de-goiania/ > Acesso: 08 de Agosto de 2022.
(Adaptado)

Diante do mapa de Goiânia, os dados foram coletados nas regiões: Norte, Central, Sul e Leste. Isso não significa, porém, que nas outras regiões não existam pessoas expondo os cartazes. As regiões Norte, Central, Sul e Leste foram escolhidas de modo aleatório.

Já os dados levantados na internet foram retirados dos seguintes *sites*:

- a) Uol
- b) Jornal O popular
- c) Poder 360
- d) G1
- e) GZH Porto Alegre
- f) Google
- g) Massa News
- h) JC
- i) Mídia Max
- j) Diário Gaúcho
- k) Gazeta Digital
- l) CGN

- m) Ivi notícias
- n) Portal da cidade
- o) Razões para acreditar
- p) Diário do Nordeste
- q) Tv Tec Jundiaí
- r) Hypheness
- s) D'Ponta News
- t) Reporte MT
- u) Projeto colabora
- v) A Gazeta
- y) Band n
- x) Jornal de Brasília.

Feita a caracterização espacial da pesquisa, passamos, na próxima seção, a tratar das categorias de análise.

3.4 Categorias de análise

Como foi visto na introdução, o objetivo desta dissertação é analisar os aspectos **linguísticos, discursivos e cognitivos** do português escrito, especialmente no período histórico da pandemia do Novo Coronavírus. Em relação aos **aspectos linguísticos**, foram observados aspectos sintático-semântico-pragmáticos dos textos, na busca por padrões do sistema, além de informações ideacionais (de conteúdo) e índices interpessoais (de interação) recorrentes.

Em relação aos **aspectos discursivos**, foram observadas, principalmente, a presença de vozes discursivas (BAKTHIN, 2008) e a argumentação do texto (PERELMAN; TYTECA, 1996) como forma de perceber os discursos que entrecruzam os enunciados dos cartazes e as estratégias utilizadas para persuadir o interlocutor. Em relação aos **aspectos cognitivos**, foram analisadas as noções de *frame*, *gestalt* e compressão (FREITAS; SILVA, 2021), como forma de verificar os modos de produção e interpretação de conhecimento visível nos textos.

A escolha dessas categorias foi motivada por meio de uma análise preliminar de uma amostra de dois cartazes por ocasião da elaboração do projeto de pesquisa. Na análise, percebeu-se que as categorias mais recorrentes eram as que foram enumeradas nesta seção.

3.5 Procedimentos éticos

O projeto desta pesquisa não foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás e, durante o levantamento de dados na cidade de Goiânia, não entregamos nenhum documento referente à autorização das pessoas para fotografar os cartazes.

Algumas razões para justificar essa escolha precisam ser explicitadas:

- i) ao exporem publicamente os cartazes nas ruas, as pessoas que o fazem estão publicizando os seus textos. Uma vez respeitada a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, o ato de fotografar os textos não constitui desrespeito aos preceitos éticos gerais e da pesquisa em particular;
- ii) as fotografias não foram feitas com o objetivo de serem comercializadas, de se produzir campanhas publicitárias com elas, de difamar ou algo semelhante;
- iii) em geral, descobrimos, por meio de conversa informal com algumas pessoas, que elas não têm escolaridade ou têm escolaridade baixa, o que dificultaria entregar-lhe um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido por escrito para que elas assinassem ou imprimissem suas digitais nos documentos. Isso poderia afugentá-las da pesquisa, quando o que se desejava era apenas ter acesso ao texto do cartaz;
- iv) houve pedido de autorização oral para os expositores dos cartazes para que o texto fosse fotografado. Em todos os 50 dados coletados, todos autorizaram oralmente fotografar o texto.
- v) nos casos em que a pessoa aparecia por trás do cartaz, tomamos o cuidado de recortar ou de borrar a parte que supostamente revelasse identidades;
- vi) nos casos em que, no conteúdo do cartaz, aparecia número de telefone ou pix da pessoa, tomamos o cuidado de também borrar a parte que, de algum modo, revelasse identidade. Tomamos também cuidado para não fotografar o rosto das pessoas com o objetivo de preservar-lhes a identidade;
- vii) todos os requisitos da Resolução nº 510/2016 da UFG¹⁵ foram observados, inclusive o item “i” da seção III DOS ASPECTOS ÉTICOS DA PESQUISA ENVOLVENDO SERES HUMANOS:

i) prever procedimentos que assegurem a confidencialidade e a privacidade, a proteção da imagem e a não estigmatização dos participantes da pesquisa, garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades, inclusive em termos de autoestima, de prestígio e/ou de aspectos econômico-financeiros;

viii) o tema da pesquisa é de interesse social, político, cultural. Nesse sentido, garantimos que, em momento algum, as pessoas foram estigmatizadas ou minorizadas pelo texto que produziram ou que foi produzido por alguém.

¹⁵ Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/86/o/Resolu%C3%A7%C3%A3o_466.pdf>. Acesso: 10 ago. 2022.

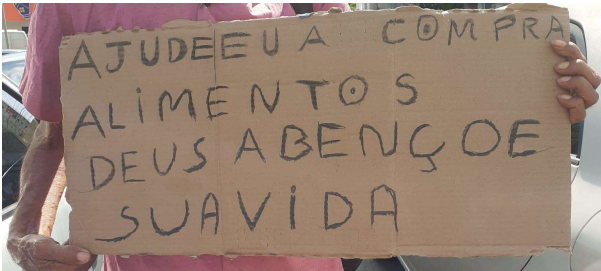
CAPÍTULO 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

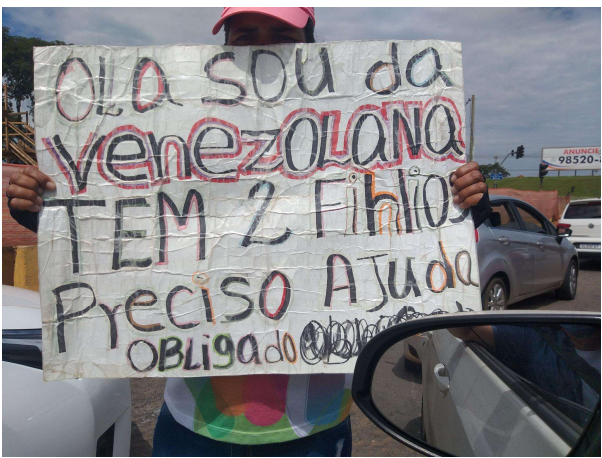

O objetivo deste capítulo é fazer a análise dos dados desta dissertação, apoiados nos levantamentos de dados coletados na pesquisa de campo. Neste capítulo, as categorias de análise serão aplicadas aos dados.

4.1 Os tipos de cartazes, conforme o seu conteúdo

Uma análise dos 50 cartazes fotografados na cidade de Goiânia revelou que, conforme o seu conteúdo ideacional, se dividem em três categorias. A primeira categoria é aquela em que há **(1) brasileiros nativos fazendo um pedido de ajuda**, seja ela relacionada à alimentação, à moradia, ao emprego, à saúde e outros tipos. A segunda categoria é também relacionada **(2) a pedido de ajuda, mas feita por estrangeiros**, especialmente indígenas venezuelanos. A terceira categoria diz respeito **(3) a vendedores de paçoca**, amendoim, doces, livreto para colorir. A divisão em categorias foi necessária para chegarmos às semelhanças e diferenças entre os dados que compõem o *corpus* desta pesquisa. Essas três categorias podem ser visualizadas no quadro 01, a seguir:

Quadro 01: tipologia do conteúdo dos cartazes

CATEGORIA	TIPO DE CATEGORIA	QUANTIDADE	EXEMPLÁRIO PROTOTÍPICO
Categoria 1	Brasileiros: pedidos de ajuda	39	 <p>Fonte: acervo pessoal. Amanda (2022). Rua 82, setor Central, Goiânia.</p>
Categoria 2	Estrangeiros venezuelanos:	8	

	pedidos de ajuda		 <p>Fonte: acervo pessoal. Leosmar (2021). Cruzamento entre a Av. Goiás Norte e Perimetral, ao lado do Shopping Passeio das águas.</p>
Categoria 3	Vendedores	3	 <p>Fonte: acervo pessoal. Leosmar (2022). Avenida Anhanguera, Centro, Goiânia-GO.</p>

Em relação à **categoria 1**, em termos quantitativos, observa-se que, de 50 dados coletados, 39 brasileiros realizam pedidos de ajuda variados, o que revela a situação sócio-econômica precária dos goianienses, que não é diferente da realidade do restante do Brasil, já que, contrapondo os dados coletados em Goiânia com os dados coletados no Brasil, as quantidades se equiparam, sendo que no Brasil foram 43 pedidos de ajuda variados. Figuras como as que se mostram no exemplário do quadro acima podem ser vistas também nos dados coletados na internet, como se pode observar na figura 09.

a seguir:

Figura 9: dado número 67



Disponível em:

<<https://jc.ne10.uol.com.br/pernambuco/2020/08/11961988-com-pandemia--cartazes-de-pessoas-pedindo-ajuda-se-espalham-no-recife.html>> . Acesso em: 11 jan. 2023.

Na **categoria 2**, impressiona também que, somente em Goiânia, foram flagradas 8 cenas de estrangeiros venezuelanos também pedindo ajuda variada. Esse número pode ser ainda maior, tendo em vista que os venezuelanos podem não ter declarado a sua origem em algum cartaz. Em geral, o fato de serem venezuelanos é explicitado no cartaz para que o leitor ative em sua memória o processo migratório da Venezuela para o Brasil, que ocorre desde 2017, como consequência de crises política, econômica e humanitária ocorridas naquele país.

A **categoria 3**, em menor quantidade (3 cartazes), destaca-se por constituir-se de vendedores, também em situação de vulnerabilidade, que se utilizam do comércio de produtos de baixo custo para tentarem sobreviver. No caso dos vendedores, algumas vezes, os passantes contribuem com alguma quantia em dinheiro, mas não levam o produto para que o trabalhador possa revendê-lo posteriormente, como foi possível observar em alguns momentos da coleta de dados.

Em relação às categorias (1), (2) e (3), os pedidos de ajuda são variados, como já dissemos. No quadro 02, a seguir, apresentamos uma descrição daquilo que normalmente se pede como ajuda e a sua quantificação num universo de 50 cartazes. Procuramos listar esses pedidos em ordem decrescente das quantidades observadas:

Quadro 2: tipos de pedidos de ajuda de todas as categorias

TIPOS DE PEDIDOS DE AJUDA	QUANTIDADE
Comida	18
Ajuda multivariada	11
Ajuda genérica	5
Emprego	4
Remédio	4
Compra de algum produto	3
Pix	2
Material escolar	2
Aluguel	1
TOTAL	50

O pedido por *comida* nos mostra que o tema da fome está presente em grande parte dos dados, já que apareceu em 18 cartazes. Quando o interlocutor lê *preciso de comida*, poderá se sensibilizar, e vir à sua mente a dor de sentir fome, a sensação de fraqueza, mal-estar, a possibilidade de ficar doente por não ter o que comer. Paralelamente ao pedido de comida, em alguns cartazes, a palavra *fome* vem em destaque (caixa alta ou de uma cor destaque). Essa é uma marca de que o pedido de ajuda é também urgente.

A *ajuda multivariada* esteve presente em 11 cartazes. Essa categoria recebe esse nome, porque apresenta mais de um pedido de ajuda. Nela, o locutor pede comida, roupas, fraldas, leite e ração em um único cartaz. Acredito que esse pedido variado se deve ao fato de que as necessidades são muitas e urgentes, especificando quais produtos estão em falta. Esse tipo de pedido dá ao interlocutor a oportunidade de assisti-lo de um modo ou de outro, pois se ele não puder ajudar, por exemplo, com comida por não ter dinheiro, ele poderá ajudar com roupas usadas. Esses pedidos revelam uma situação de vulnerabilidade também multivariada. Isso lembra o que Souza (2017) afirma em relação aos *resultados visíveis* da presença de uma *hierarquia invisível*, principalmente, em relação ao poder econômico e às diferenças sociais entre as classes.

Houve também pedidos de *ajuda genérica*, que esteve presente em 5 cartazes. Esse uso da palavra *ajuda*, em sua forma genérica, parece indicar que o enunciador sabe que o seu interlocutor imediato acessará seu conhecimento enciclopédico para interpretar adequadamente o sentido genérico da palavra *ajuda*. Além disso, pode gerar um sentimento de ‘urgência’ para contribuir, porque se alguém pede ajuda, por mais que não especifique o que deseja receber, entendemos que o locutor está em estado de vulnerabilidade e precisa de uma atenção especial.

Em seguida, o pedido de ajuda para encontrar um *emprego* esteve presente 4 vezes nos dados levantados. Isso mostra que os cartazes podem funcionar como uma **ferramenta-tentativa para** se inserir no mercado de trabalho, além de revelar os resultados sociais do problema do desemprego vivido no país, principalmente, no ano da coleta dos dados.

O pedido de ajuda referente a *remédio* apareceu 4 vezes, mas nos cartazes em que houve o pedido de ajuda múltipla, grande parte já estava solicitando *ajuda por remédio*. Alguns cartazes estavam seguidos da justificativa de quais remédios estavam em falta e/ou de quais doenças eram portadores. Em relação ao pedido de remédios, acredita-se ainda que o passante que sofre com uma enfermidade e depende de remédios para seguir uma vida com menos sintomas entenderá, pelas vias do conceito de empatia¹⁶, o quanto é complicado viver sem medicamentos.

O pedido de ajuda para que o passante *comprasse algum produto* revelou-se em 3 cartazes. Neles, vendiam-se paçocas, amendoim, e bilhete com mensagem bíblica. Essa categoria é um pouco diferente, porque aquele que ajuda o trabalhador comprando seu produto leva, materialmente, algo em troca. Nos outros casos, ele ajuda, simplesmente. Sem fazer pesquisa extensiva, observamos que, muitas vezes, as pessoas compravam a paçoca ou o amendoim, mas não levavam o produto, como forma de o vendedor reaproveitar a mercadoria para nova tentativa de venda.

O pedido de ajuda por *pix* apareceu 2 vezes no universo de 50 cartazes. Esses dados são interessantes, porque mostram que a pessoa está se adaptando às novas tecnologias e ao contexto de distanciamento e às normas de biossegurança, que indicavam evitar o toque e o compartilhamento de objetos. É uma opção para os casos em que a pessoa que doa não tem o dinheiro físico consigo. Como o dinheiro deixou de ter maior circulação, há, provavelmente, justificativas do interlocutor de que “não tem dinheiro naquele momento”. O *pix*, então, se torna uma alternativa nesses casos. Interessante observar que as pessoas para quem é pedido o *pix* podem acionar os seguintes questionamentos e pensamentos generalizados: *como uma pessoa tem uma conta pix, se ela não tem comida? O pix, normalmente, precisa estar vinculado a uma conta corrente ou poupança. Uma pessoa que está em situação de rua possui esse recurso?*

¹⁶ Apesar de não constituir uma categoria de análise, a empatia pode ser entendida também em termos cognitivos como a capacidade de se identificar com a dor ou a alegria de outra pessoa, de sentir o que ela sente, de apreender do modo como ela apreende.

Em geral, pensamentos desse tipo expressam parte de nossas concepções de mundo [muitas vezes, antecipadas em relação ao conhecimento do fato em si] de que a pessoa pobre é desprovida de bens materiais, culturais, tecnológicos. A exclusão social implica também a exclusão tecnológica. Esse é um tipo de *padronização sócio-cognitiva idealizada*, já que, se olharmos para os fatos em si, entre as pessoas que pedem ajuda, pode haver: pessoas desprovidas de bens materiais, mas que possuem significativos bens culturais; pessoas que possuem algum tipo de bem material e pouco/nenhum conhecimento tecnológico; pessoas que possuem conta corrente e pix vinculado, porque recebem benefícios do governo e uma infinidade de outras possibilidades. Sabendo dessas situações-explicativas, que não se revelam proibidas ou imorais, a *padronização sócio-cognitiva idealizada* e as concepções antecipadas podem ir se desfazendo aos poucos do meio social.

O pedido de ajuda por material *escolar* aparece 2 vezes. As pessoas que estavam solicitando essa ajuda eram uma adolescente e uma criança. Mais do que criança e material escolar acionarem o *frame* de escola, esse pedido toca um saber/conhecimento consensual **compartilhado** socialmente de que *o lugar da criança é na escola*. A criança/adolescente demonstra **saber** que ela precisa estar matriculada na escola. O adulto passante **sabe** que é uma necessidade a criança se manter matriculada. Ambos **sabem** que o material escolar é importante neste contexto.

Na sequência, vemos pedido de ajuda para o *aluguel*, que aparece 1 vez. A palavra *aluguel* aciona uma rede de conhecimentos de práticas sociais, como veremos mais adiante. Uma delas é a possibilidade de ser despejado, caso não cumpra com o combinado de pagar o valor mensal na data acordada. Essa palavra também estava na categoria de *ajuda multivariada*, sempre acompanhada dos pedidos de ajuda em relação à comida e ao argumento de que tem filhos.

Em geral, os pedidos de ajuda das três categorias vistas no quadro 01 são acompanhados de *justificativas*. A justificativa funciona, no texto, como o argumento selecionado para convencer o passante. Apresentamos, a seguir, o quadro 03, em que se verificam as principais justificativas dos pedidos de ajuda e as suas quantidades num universo de 50 cartazes:

Quadro 03: justificativas para os pedidos de ajuda

JUSTIFICATIVAS/ARGUMENTOS PARA OS PEDIDOS DE AJUDA	QUANTIDADES
Ajuda para comprar alimento	13
Ter mais de um filho	11
Justificativas multivariadas	7

Estar desempregado	6
Ajuda (sem justificativa)	2
Narração da situação	2
Pagar aluguel	1
Comprar material escolar	1
Terem negado comida	1
Morar na rua	1
Terem roubado o carrinho de coletar material reciclável	1
Enterrar parente	1
Realizar um sonho	1
Ser portador de deficiência auditiva	1
Trabalhar	1
TOTAL	50

Diante dos dados, evidenciamos que a justificativa de *ajuda [para] comprar alimento* (13 vezes) foi a mais presente nos cartazes, o que se alinha ao que foi visto nos tipos de pedido de ajuda. Em alguns cartazes, havia especificação sobre quais alimentos necessitavam: cesta básica, marmita, leite, leite nan, ração, pão e até gás que não é um alimento, mas é essencial para fazer os alimentos, já que alimentos como os não perecíveis só podem ser feitos pelo processo de fervura alcançado pelo gás natural.

A justificativa *tenho filhos* foi constatada em 11 cartazes e, em grande parte, estava nos mesmos cartazes dos pedidos de alimentos. Alguns cartazes especificavam a quantidade de filhos e o estado de saúde, como se vê na reprodução a seguir: *tenho 3 filhos e um é especial*. Quanto mais a pessoa especificava sua necessidade de ajuda, mais provavelmente poderia despertar no passante a solidariedade.

Em alguns casos, além de estar escrito no cartaz que possuíam filhos, os mesmos estavam presencialmente na cena. Nos estudos argumentativos, isso é nomeado de *recursos de presença* (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 198), em que algo material dá visibilidade ao argumento. No caso da exposição dos cartazes que falavam de filhos e a presença material pode ser, em muitos casos, fortuito pelo fato de não ter com quem deixá-los; essa presença pode ser também intencional, argumentativa ou ainda as duas possibilidades associadas.

Em seguida, vemos o pedido com *justificativas multivariadas* (7 vezes), dentre as quais podemos citar: *[para comprar] alimentos, remédios, roupas, fraldas, leite ou ajuda para pagar aluguel, energia e água...* geralmente, em primeiro, aparece o pedido de ajuda justificando precisar de alimentos e logo depois o locutor informa que tem filhos, e por último, na grande parte dos casos, o pedido de roupa para vestir a si e aos filhos.

A justificativa *estar desempregado* apareceu 6 vezes. Alguns cartazes já aproveitavam o meio de comunicação para pedir emprego, em alguns casos, não havia o pedido direto para conseguir um trabalho, mas sim o pedido para comprar mercadoria e por meio dela gerar fonte de renda, por exemplo: *[para] comprar um novo carrinho*, já que o carrinho que usava como instrumento de trabalho havia sido roubado, e também *ajuda para comprar mercadoria para que possa trabalhar*.

Em 2 cartazes, não houve apresentação de nenhuma justificativa. O pedido de ajuda sem justificativa se deve, provavelmente, ao fato de que ela pode ser presumida pelo interlocutor. No anexo 2, o leitor pode conferir uma amostra de cartaz sem justificativa.

A justificativa em que havia a narração de uma situação, uma história de vida, esteve presente em 2 cartazes que, na verdade, eram folhas de papel A4 colados num material mais duro. O primeiro cartaz é de uma mulher que narra a história do seu esposo. Ela afirma, inicialmente, que o marido sofreu um acidente na coluna cervical e não conseguiu ajuda financeira do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS). Com isso, ela busca ajuda por meio de cartaz-folheto.

No segundo caso, um rapaz, indiano, começa a contar sua história falando que sua mãe havia morrido há três dias na Índia (ver anexo 1), e que ele, no Brasil, trabalhando em um restaurante, não tinha condições de enterrá-la. Explica que veio para o Brasil em busca de melhores condições de vida e que tinha formação profissional, mas não conseguiu emprego compatível à formação. Os pedidos de ajuda em forma de narração são ricos em detalhamentos, os quais dão veracidade e credibilidade para as narrativas e constitui estratégia [controlada ou não] eficiente para convencer o interlocutor.

As justificativas *pagar aluguel, compra de material escolar, terem negado comida, terem roubado o carrinho de coletar material reciclável, realizar sonho e ser portador de deficiência auditiva* aparecem, cada uma, apenas uma vez nos dados da pesquisa. Algumas delas se destacam pelo fato de serem inusitadas, como é o caso de *terem negado comida para mim*¹⁷. No cartaz, a pessoa pede um almoço e justifica que *negaram comida para ele*. Há aqui a manifestação da voz social daqueles que, por diferentes motivos, na visão do enunciador, não compartilham da ideia de ajuda imediata. Também a justificativa de que *roubaram o carrinho*¹⁸ [de coletar material reciclável] é inusitada, porque é rara (apareceu apenas uma vez). Além disso,

¹⁷ Ver anexo 3 desta dissertação.

¹⁸ Ver anexo 4 desta dissertação.

o roubo do instrumento de trabalho implica a paralisação do trabalho realizado, que implica a agravamento da situação de vulnerabilidade e, portanto, se mostra como justificativa plausível no contexto em que ocorre.

Na próxima seção, passamos a analisar os aspectos linguísticos e discursivos dos cartazes de rua, agora, mostrando com maior frequência os dados da pesquisa. A decisão de se analisar ambos os aspectos numa só seção se deve ao fato de que o aspecto linguístico não está dissociado do discursivo. Já o aspecto cognitivo será analisado separadamente, porque integra a teoria central desta dissertação.

4.2 Aspectos linguísticos e discursivos dos cartazes de rua

Em relação aos aspectos linguístico-discursivos observados nos textos, importa inicialmente tratarmos do **gênero** em que o conteúdo do texto se insere.

A análise dos dados permitiu-nos observar que o gênero cartaz produzido e/ou divulgado por pessoas que vivem numa situação de vulnerabilidade social e econômica caracteriza-se por meio das particularidades observáveis no quadro **04**, a seguir:

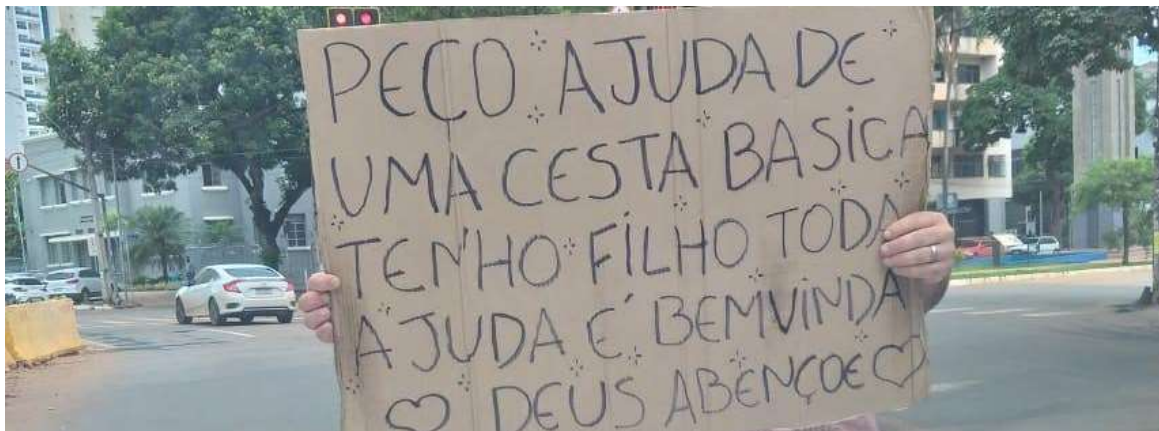
Quadro 04: aspectos definidores do protótipo do gênero *cartaz de rua*

CARACTERÍSTICAS GERAIS DO GÊNERO <i>CARTAZES DE RUA</i>	
SUPORTE	Em geral, usa-se pedaço de papelão, quadrado, tamanho de 90 cm por 60cm de altura.
MATERIAL USADO PARA A ESCRITA	Pincel atômico. caneta hidro cor. Caneta esferográfica.
FORMATAÇÃO DE LETRAS	Uso de letras grandes, em geral legíveis e manuscritas, sem uso de computador ou outro equipamento.
CONSTRUÇÃO DO TEXTO	Uso de frases curtas para dar tempo de uma pessoa que passe de carro possa ler.
PERCURSO TEXTUAL	Os textos possuem início, desenvolvimento e conclusão.

Fonte: elaboração própria

As características presentes no quadro 04 podem ser visualizadas neste cartaz-padrão:

Figura 10: dado da pesquisa n. 22



Fonte: acervo pessoal. Leosmar (2022). Centro, Goiânia-GO.(17/11/2021)

Observamos que, na figura 10, usou-se papelão retangular. Em outros cartazes, foi possível observar também o uso de cartolina, folhas de papel A4, pedaço de madeira de móveis abandonados, e também *banner* plastificado. No cartaz da figura 10, possivelmente, foi utilizada canetinha ou pincel atômico para escrever o texto. Pode-se observar, também, o uso de letras todas escritas em maiúsculo, manuscritas com tamanho que seja possível pedestres e motoristas enxergarem o que está escrito. Em relação a essa característica, presume-se o letramento pragmático de que a comunicação rápida e ágil precisa ser também eficiente. Uma letra pequena impediria que o processo comunicativo se realizasse. Além disso, o texto é breve, de no máximo 5 linhas como forma de também alcançar efetividade comunicativa, reciprocidade e responsividade que estão na expectativa da enunciação.

No que se refere ao percurso textual, há uma padronização nos cartazes em haver uma introdução, um desenvolvimento e uma conclusão.

A **introdução** normalmente utiliza-se de forma educada para chegar ao interlocutor, como *bom dia, oi, ola, bom dia amigo, e outros*. Esse tipo de introdução revela que o usuário da língua tem conhecimento do valor social de um cumprimento. Essa é uma outra manifestação do letramento de rua: o gerenciamento de uma relação positiva com o interlocutor.

No caso específico da figura 10, não houve esse tipo de cumprimento, mas uma análise sistemática dos 50 dados coletados nas ruas de Goiânia mostrou que de 50 textos, 14 utilizaram-se de cumprimentos variados. *Bom dia* e *por favor* foram as formas mais recorrentes de iniciarem os textos dos cartazes. Desses 14 textos, *Bom dia* ocorreu 4 vezes e *por favor* ocorreu 4 vezes. O restante varia entre *ola, feliz natal, oi, prezado (a) amigo (a)*.

No **desenvolvimento**, normalmente, as pessoas que mostram os cartazes na rua fazem o seu **pedido de ajuda** associado a uma **justificativa**. Apresentam informações, tais como o fato de estarem desempregadas,

com fome, terem filhos pequenos, estarem sem saúde. Em muitos casos, embora a situação remetesse ao pedido de dinheiro, a palavra *dinheiro* não apareceu nos dados. Isso ocorre provavelmente porque a palavra *ajuda*, como já visto, tem sentidos mais amplos e pode se referir à unidade monetária propriamente dita e também à materialidade da comida, do remédio, do material escolar, de modo que a palavra genérica comprime palavras específicas.

Além disso, a palavra *dinheiro* é evitada, porque existem vozes sociais que argumentam que o dinheiro não pode ser dado porque as pessoas vão usá-lo para comprar drogas, bebidas alcoólicas, e para outras finalidades. Como se vê, os usos da língua estão a serviço do que é e do que não é convencionalmente aceito socialmente. Além disso, a palavra *dinheiro* escancara a monetização da caridade e pode atrapalhar a responsabilidade esperada.

A **conclusão** do texto, em geral, é feita por meio de um enunciado religioso (*Deus te abençoe*) ou por meio de um agradecimento do tipo *obrigado e agradeço pela sua ajuda e sua atenção*. A figura 10 encerra-se com a expressão *Deus abençoe*.

Em relação à autoria dos cartazes, não é possível saber exatamente quem os produziu. Pode ser que foram as próprias pessoas que pedem ajuda, supondo que elas tenham algum tipo de instrução formal. Pode ser também que tais pessoas pediram para terceiros produzirem o cartaz em seu nome e dele fazem uso.

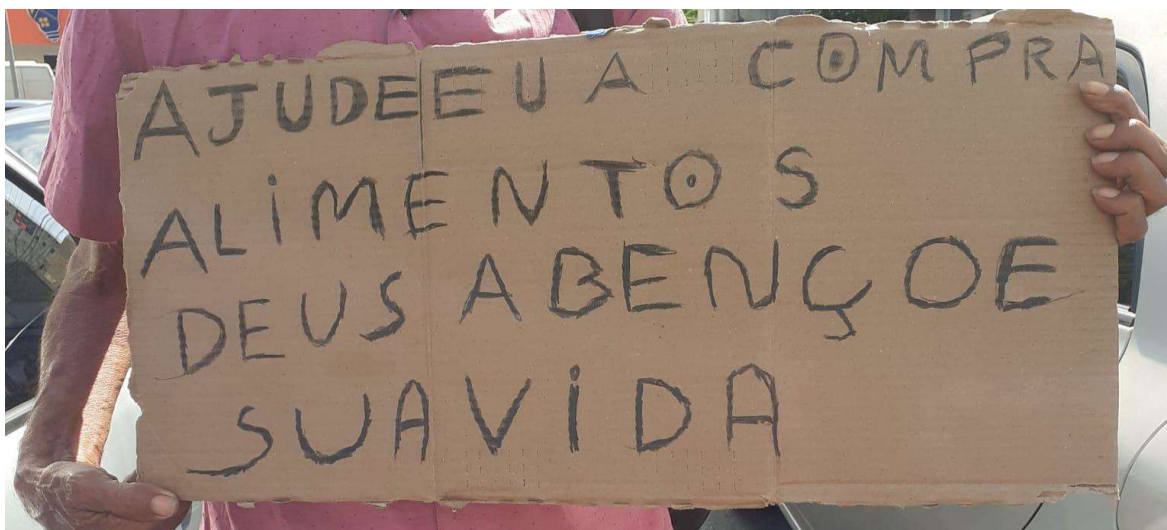
No que se refere aos **aspectos linguísticos/gramaticais** em si, a variedade do português utilizada caracteriza-se, na maior parte das vezes, por haver diferenças em relação à grafia, pontuação, acentuação, concordância do português padrão¹⁹. Em um ou outro cartaz, porém, há utilização do português escrito padrão. A figura 11, a seguir, ajuda a visualizar melhor a variedade linguística do português escrito insurgente das ruas

No que se refere aos **aspectos linguísticos/gramaticais** em si, a variedade do português utilizada caracteriza-se, na maior parte das vezes, por haver diferenças em relação à grafia, pontuação, acentuação, concordância do português padrão²⁰. Em um ou outro cartaz, porém, há utilização do português escrito padrão. A figura 11, a seguir, ajuda a visualizar melhor a variedade linguística do português escrito insurgente das ruas.

¹⁹ A perspectiva aqui não é a de tratar da superioridade ou da inferioridade de variedades linguísticas, mas de mostrar as diferenças entre elas.

²⁰ A perspectiva aqui não é a de tratar da superioridade ou da inferioridade de variedades linguísticas, mas de mostrar as diferenças entre elas.

Figura 11: dado da pesquisa n. 40

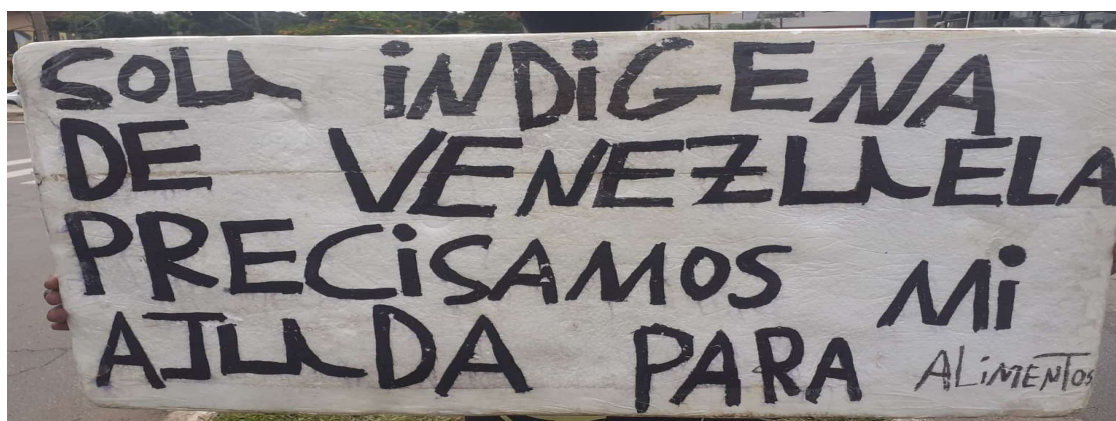


Fonte: acervo pessoal. Amanda (2022). Rua 82, setor Central, Goiânia. (10/03/2022).

O enunciado se inicia com o verbo *ajudar* conjugado no modo imperativo que indica um clamor por socorro. O verbo *ajudar*, sucedido pelo pronome *eu*, constitui uma construção bastante usada na oralidade, em que o pronome pessoal *eu* é multifuncional e, nesse caso, assume a função de objeto direto. O texto é marcado ainda pela supressão do /t/ final em *comprar*.

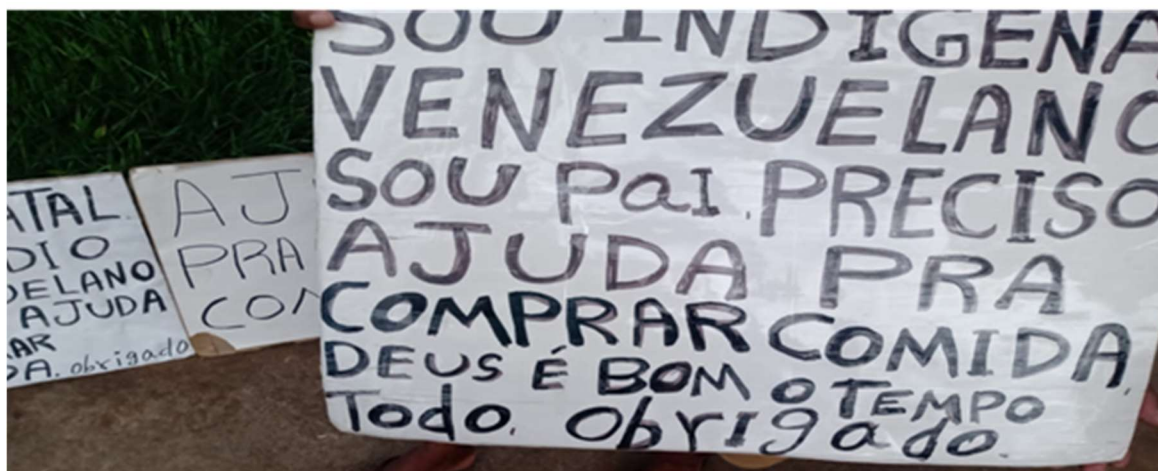
Dominando ou não as regras gramaticais do padrão escrito do português, devido à multiplicidade dos letramentos, as pessoas conseguem comunicar-se com o público. Elas manifestam nos cartazes suas visões de mundo e destacam o que acreditam ser de maior necessidade naquele momento. Nos cartazes mostrados por venezuelanos, são claras algumas marcas linguísticas de que o português, para eles, é a segunda língua, como se observa nas figuras a seguir:

Figura 12: dados da pesquisa n. 23



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2021). Setor central, Goiânia. (12/12/2021).

Figura 13: dados da pesquisa n. 26

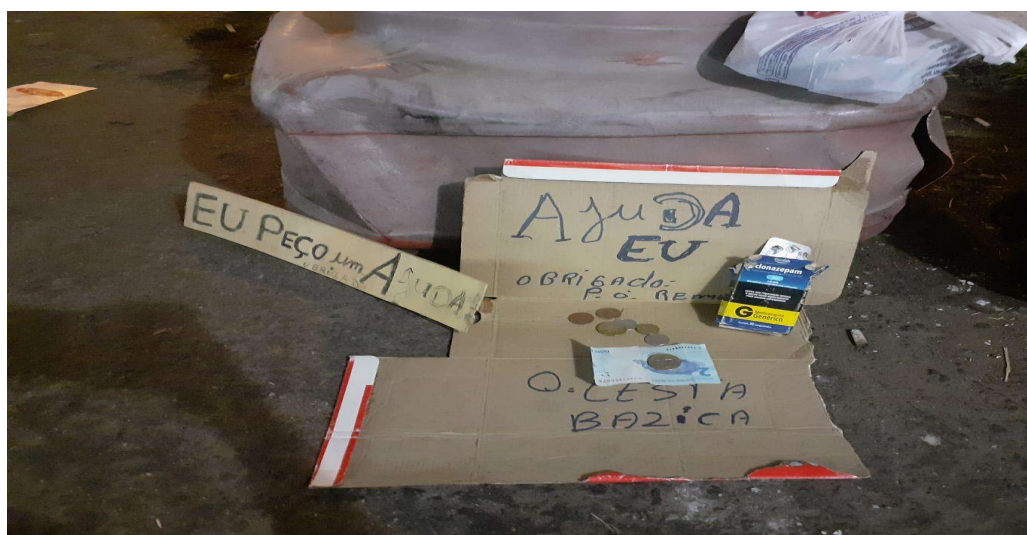


Fonte: acervo pessoal. Amanda (2021). Setor jardim novo mundo, Goiânia. (17/11/2021).

Nas figuras 12 e 13, as expressões *de venezuela* (em oposição a *da venezuela*), *mi ajuda* (ao invés de *me ajuda* ou *me ajude*), *para alimentos* (ao invés de *para comprar alimentos*), *preciso ajuda* (com a ausência da preposição *de*) funcionam como índices linguísticos de que o usuário da língua é um estrangeiro e que o português, para ele, é língua segunda.

Acrescenta-se ainda que alguns cartazes utilizam-se de **recursos multimodais criativos** para atingir o seu objetivo de realizar os pedidos de ajuda. É o caso do cartaz que se faz presente na figura 14, a seguir:

Figura 14: dado da pesquisa n. 11



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2021). Rua 10, Centro. Goiânia.

O enunciado acima foi escrito em uma caixa de sapatos de papelão retangular. Quanto ao material utilizado para escrever o texto, aparentemente foi usada uma canetinha preta e azul. Vemos que as letras estão maiúsculas. Como já dito, isso se deve ao fato de o enunciador tentar captar a atenção do leitor. A mensagem precisa ser transmitida de forma ágil, por ser um texto comprimido em que une todas as informações e conhecimentos em poucas palavras.

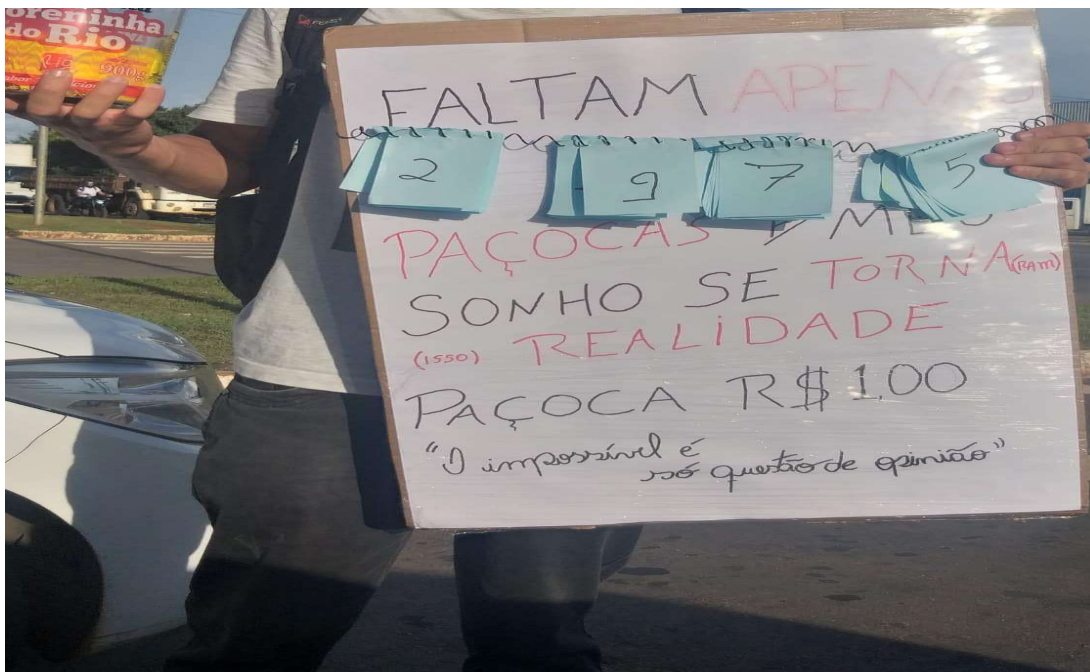
Mesmo sendo um texto curto, a caixa de sapato parece não suportar aquilo que se deseja comunicar, uma vez que foi necessário “emendar” um trecho de texto ao papelão maior. Apesar de haver pouco espaço, o texto mostra que sua finalidade é imediata. O enunciador coloca em destaque as expressões *eu peço um ajuda*. Os trechos *ajuda eu* e *cesta basica* são eficazes por descreverem de forma sintética aquilo de que a pessoa necessita naquele momento.

Ainda nesse cartaz, observamos que há uma caixa de remédio colada na caixa. O autor mostra que, além de ajuda com cesta básica e dinheiro, ele também precisa de auxílio com medicamentos ou que a necessidade de tomar remédios controlados caros impossibilita a compra de alimentos que garantam segurança alimentar.

Nos dados coletados, encontramos pedidos de ajuda relacionados a medicamentos, porém, nenhum se apresentou com a embalagem do remédio como recurso multimodal. Acredito que essa atitude tenha intenção de mostrar para o leitor a urgência do problema que precisa ser solucionado. A caixa de remédios em alto relevo, integrada ao restante do texto, é uma prova da associação da necessidade com a criatividade do usuário da língua. Apesar de não estar explícito o pedido de dinheiro, o verbo *ajudar* pode se referir a dinheiro também e a outros tipos de ajuda, como alimentos e remédio. Os leitores entendem que ajuda também se refere a dinheiro, pois a imagem mostra cédula de 2,00 reais e algumas moedas, resultantes de ajudas anteriores.

O cartaz a seguir, que integra a categoria dos vendedores, também se utiliza de recursos multimodais criativos, além de fazer uso de vozes discursivas, o que se alinha ao que Bakhtin chama de **polifonia**. Vejamos:

Figura 15: dado da pesquisa n. 20



Fonte: Acervo pessoal. Leosmar (2022). Sinalheiro do Goiânia 2, Goiânia- GO. (25/02/2022).

Na figura 15, o material usado é uma cartolina retangular, material diferente dos cartazes produzidos em papelão. O texto se distancia parcialmente dos outros dados pelo fato de manifestar o desejo do enunciador de realizar um sonho e, para isso, ele vende paçocas.

Aqui, vemos que o autor brincou com a mistura de cores para escrever o texto. O que mais persuade o leitor é a inscrição na forma de calendário do número de paçocas que precisam ser vendidas para que o sonho do enunciador se torne realidade. São *apenas 2.975 paçocas*. O autor do cartaz pode ter buscado essa ideia criativa em *sites* de vendas da internet que se utilizam da contagem regressiva, por meio de folhas menores que contam a quantidade de produtos que faltam para ser vendidos.

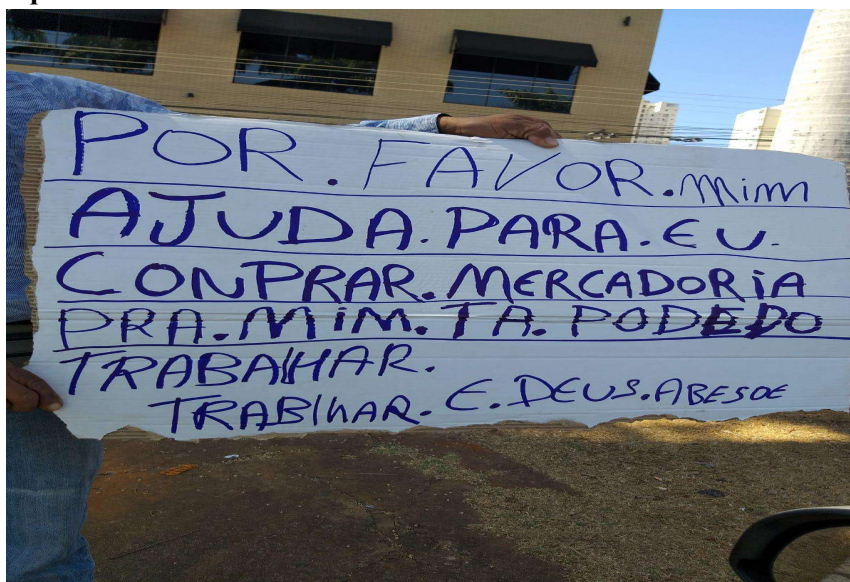
Essa forma de argumentar gera no interlocutor um sentimento de empatia, visto que compartilha a ideia do que é sonhar, porque considera que o sonho é intrínseco a todo ser humano, mesmo que a pessoa não nos revele qual é. Dito isso, a cada paçoça que é vendida, o autor vai se aproximando da sua meta e nesse processo envolve o interlocutor. Quanto ao percurso do texto, notamos que há um planejamento, o que parece ser um indicativo de que participa de letramentos múltiplos. Além do recurso multimodal usado, observa-se que o texto se inicia com o verbo *faltar* conjugado no plural (*faltam*), que concorda com o número de paçocas que aparece posposto ao verbo. Nesse tipo de concordância (verbo-sujeito), há mais probabilidade de os usuários da língua interpretarem o sujeito pós-verbal como objeto, e, com isso, não realizarem a concordância.

No caso do cartaz, porém, a concordância se realiza de acordo com o que propõe a gramática padrão e, com isso, percebe-se um maior monitoramento linguístico.

Ao final, o enunciador se despede com uma famosa frase cantada pela banda Charlie Brown Jr: *o impossível é só questão de opinião*. Essa referência intertextual e, portanto, um índice polifônico, aplicada ao contexto da venda de paçocas sugere que o enunciador, dotado de opinião própria, decide conquistar o impossível, por meio do trabalho que parece pouco, mas que ajuda a realizar sonhos.

A figura 16, a seguir, também nos ajudará a tratar dos aspectos linguísticos do texto e também dos aspectos discursivos, principalmente, aqueles relacionados às vozes sociais.

Figura 16: dado da pesquisa n.



Fonte: acervo pessoal. Leosmar (2021). Setor Leste Vila Nova. Goiânia.

O texto inicia com a expressão *por favor*, o que indica respeito e educação pelo interlocutor. Em *mim ajuda*, o pronome de primeira pessoa *mim* antecede o verbo, mostrando uma característica do português brasileiro de fazer uso da próclise, além de mostrar que a pessoa se coloca no centro do processo de ajuda. O verbo se apresenta no modo imperativo. A opção de se enunciar *mim ajuda*, e não *mim [me] ajude* mostra uma das características do português de rua. A segunda opção parece ser uma forma mais artificiosa e distante da situação de uso.

Em *para. eu comprar mercadoria pra mim tá podedo trabalhar*, apresenta uma justificativa do pedido de ajuda. Além disso, sinaliza que precisa de dinheiro sem dizer a palavra *dinheiro*. Ao pedir ajuda para comprar mercadoria e poder trabalhar, cria a imagem de que a ajuda solicitada é uma forma de investir em um trabalhador. Se enunciador e interlocutor compartilham a ideia de que o trabalho é um valor social e com ela concordam, maior possibilidade haverá de se conquistar a ajuda pedida. O enunciador **sabe** que o seu

interlocutor **sabe** que existem vozes discursivas que são guiadas pelos seguintes macro-pensamentos sócio-histórica e culturalmente construídos:

- 1) *deve-se ensinar a pescar*, no sentido de que é preciso ensinar a trabalhar;
- 2) *a pessoa é sadia, boa para trabalhar, então, não justifica ficar pedindo*;
- 3) *o trabalho garante o auto-sustento*.

Para além de sua sintaxe, o uso do verbo *comprar* presente no enunciado revela a voz da cultura do capitalismo, em que o sujeito está imerso. O mesmo capitalismo que instiga a compra produz a realidade social de que tratamos neste trabalho. Caso os sujeitos não tenham recurso financeiro, conseqüentemente, estarão à margem do consumo e da sociedade.

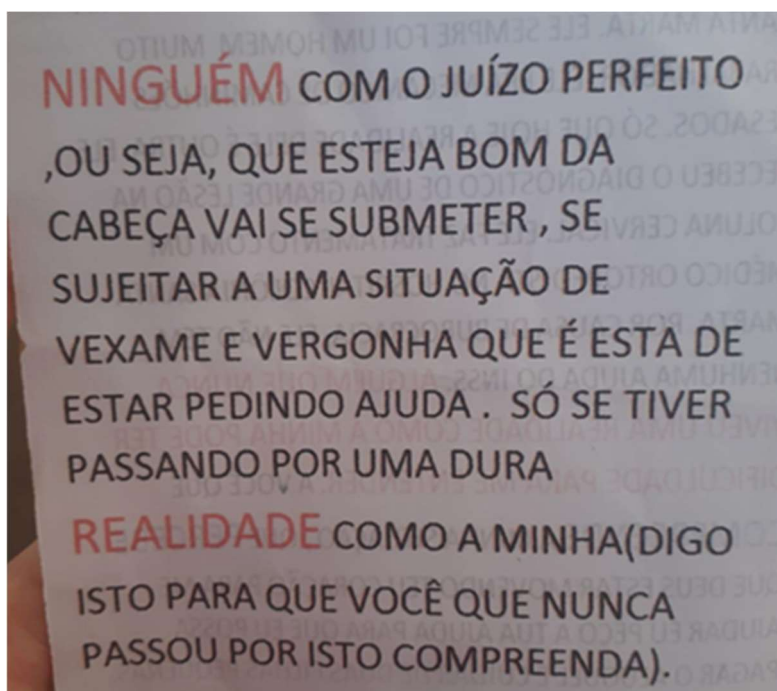
A expressão *Deus te abençoe*, na conclusão do texto, revela que o sujeito tem uma noção pragmática do mundo que o cerca e sabe do impacto da efusão do discurso religioso sobre a maioria das pessoas, mesmo sobre as que não são religiosas. Esse enunciado final constitui outro índice de polifonia, uma vez que o cartaz incorpora o impacto da efusão religiosa, principalmente, no que diz respeito à ajuda ao próximo. A religiosidade, assim como o trabalho, para a maioria da população, é um valor, por isso, é uma voz discursiva tão recorrente. Além disso, o enunciador revela humildade, reverência a uma entidade superior, na qual ele tem fé e que, possivelmente, é algo em comum com o interlocutor. A remissão à religião parece funcionar, então, como um elemento de equidade, entendendo os envolvidos como irmãos (na fé).

Outro aspecto discursivo importante de ser abordado é a **argumentação** presente nos textos. Seleccionamos a figura, a seguir, por se utilizar de uma estratégia argumentativa um pouco diferenciada das demais, que em geral utilizam de uma breve justificativa do pedido de ajuda. No caso da figura 17, o/a enunciador/a escreve uma narrativa dos fatos para justificar o seu pedido. Vejamos:

Figura 17: dados da pesquisa n. 30

MEU ESPOSO FAZ TRATAMENTO NO HOSPITAL COLÔNIA SANTA MARTA. ELE SEMPRE FOI UM HOMEM MUITO TRABALHADOR. ELE ERA MECÂNICO DE CAMINHÕES PESADOS. SÓ QUE HOJE A REALIDADE DELE É OUTRA. ELE RECEBEU O DIAGNÓSTICO DE UMA GRANDE LESÃO NA COLUNA CERVICAL. ELE FAZ TRATAMENTO COM UM MÉDICO ORTOPEDISTA NO HOSPITAL COLÔNIA SANTA MARTA. POR CAUSA DE BUROCRACIA, ELE NÃO TEM NENHUMA AJUDA DO INSS. **ALGUÉM QUE NUNCA VIVEU UMA REALIDADE COMO A MINHA PODE TER DIFICULDADE PARA ME ENTENDER.** A VOCÊ QUE **COMPREENDE** A MINHA SITUAÇÃO, QUE **PERCEBE** QUE DEUS ESTAR MOVENDO TEU CORAÇÃO PARA ME AJUDAR EU PEÇO A TUA AJUDA PARA QUE EU POSSA PAGAR O ALUGUEL E CUIDAR DE DUAS FILHAS PEQUENAS. DEUS NÃO SÓ MOVE TEU CORAÇÃO PARA ME AJUDAR: ELE TAMBEM VAI TE RECOMPENSAR

Fonte: acervo pessoal. Amanda (2022). Terminal praça da bíblia, Goiânia. (10/02/2022).



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2022). Terminal praça da bíblia, Goiânia. (10/02/2022).

A narrativa utilizada para fazer o pedido de ajuda, nessa figura, apresenta algumas diferenças em relação os textos típicos dos cartazes, uma vez que se mostra em papel A4, utilizou-se do computador para digitar o texto ao invés de escrevê-lo à mão e, acima de tudo, há uma preparação do leitor antes de para o objetivo central do cartaz. A organização das ideias se mostra por meio do seguinte roteiro de texto:

- i) esposo faz tratamento na Colônia Santa Marta, instituição goiana que, no passado, reunia os doentes de hanseníase;
 - ii) descrição do marido como homem trabalhador;
- CONTRAPOSIÇÃO DE REALIDADE: *SÓ QUE***
- iii) diagnóstico de lesão na coluna cervical do marido;
 - iv) ausência de ajuda do INSS;
 - v) reflexão sobre empatia;
 - vi) exortação dos empáticos;
 - vii) **pedido de ajuda**;
 - viii) justificativa do pedido de ajuda;
 - ix) ação dupla de Deus: a) para a ajuda do próximo; b) para a recompensa;
 - x) reflexão sobre a ‘humilhação’ embutida num pedido de ajuda, dirigida para aqueles que não passaram pela situação vivida pela enunciadora do texto.

A narrativa utilizada para fazer o pedido de ajuda, nessa figura, apresenta algumas diferenças em relação os textos típicos dos cartazes, uma vez que se mostra em papel A4, utilizou-se do computador para

digitar o texto ao invés de escrevê-lo à mão e, acima de tudo, há uma preparação do leitor antes de para o objetivo central do cartaz. A organização das ideias se mostra por meio do seguinte roteiro de texto.

Notamos que as pessoas, muitas vezes, alcançam esse objetivo, usando estratégias argumentativas mais ou menos monitoradas. Em dados como *ajude a comprar alimentos*, *Deus abençoe sua vida*, *Ajuda-me a comprar remédio*, o enunciador traz três elementos lexicais que funcionam como argumentos que integram a sua realidade: fome, religião e saúde. Tais enunciados acionam gatilhos emocionais no interlocutor que contribuem para que a ajuda seja efetivada.

Não será produtivo para o migrante venezuelano que se encontra no sinaleiro usar o valor da religião se o seu leitor é ateu. Sabemos que, para que essa ajuda seja fornecida, o primeiro passo é o leitor acreditar que o discurso é verídico. Para comprovar a veracidade das informações, notamos que algumas pessoas estavam acompanhadas dos filhos. Outros apresentaram receitas médicas como forma de comprovar a doença. Ao apresentarem o filho e a receita médica, os enunciadores acessam o sistema de crenças do interlocutor para nele atuarem, de forma menos controlada [consciente] ou mais controlada [consciente].

Tais recursos constituem meios para persuadir o interlocutor por meio: 1) da situação de vulnerabilidade em que se encontram; 2) pelo *ethos* que foi construído; 3) pelo *pathos* permitido pela situação. A performance durante o discurso também influenciará nas atitudes do leitor, a forma como as pessoas vão agir, os meios que ele usará para conseguir seu objetivo. Por isso, a imagem que o indivíduo passa durante o pedido de assistência é de extrema importância para credibilidade de seu auditório. O orador, nesse caso, a pessoa que solicita ajuda, se vale dos recursos de que dispõe com a finalidade de gerar uma imagem que se alinhe com seu discurso.

Enfim, os cartazes têm a função apelativa muito evidente, pois, em enunciados como o *preciso de ajuda tenho fome*, *estou desempregado*, *preciso comprar remédios*, o apelo por ajuda é uma marca sempre presente. Com a finalidade de conseguir a ajuda, os autores dos cartazes trazem à tona necessidades básicas e que demonstram, como já temos dito e mostrado, uma triste realidade: o desemprego, a fome e a saúde precária. Diante disso, constituem um “agir no mundo”, um ato performativo, porque, a depender do seu modo de organização, podem levar o interlocutor a oferecer ajuda ao enunciador do texto.

Na próxima seção, tratamos dos aspectos cognitivos presentes nos cartazes.

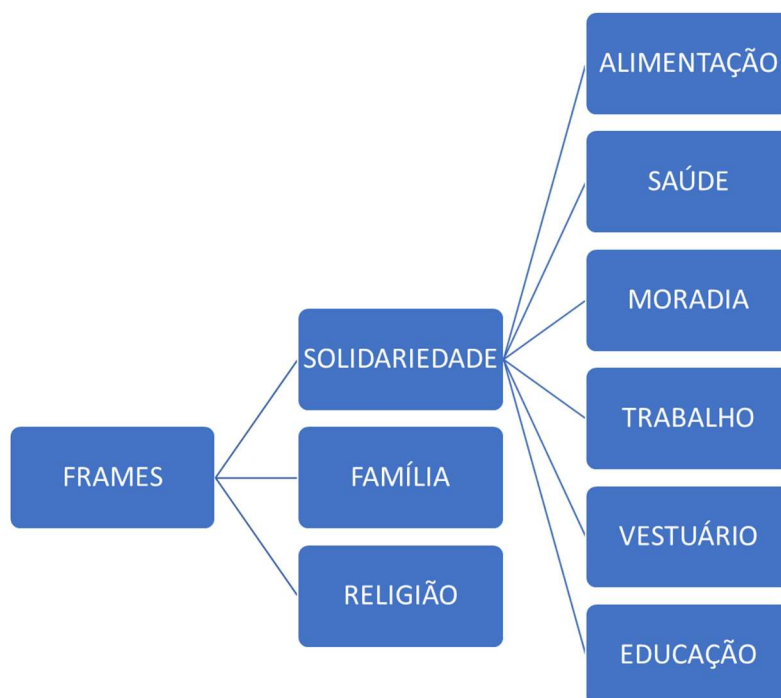
4.3 Aspectos cognitivos presentes nos dados

A proposta desta seção é tratar dos aspectos cognitivos presentes nos dados. Dentre os aspectos selecionados, tratamos da noção de *frame*, de *gestalt* e de compressão.

4.3.1 Aplicação da noção de *frame* aos dados

Os *frames*, como vimos, são conceitos relacionados que, ao serem interpretados, acionam toda uma rede (FILLMORE, 2009, p. 25). Em relação aos *frames* presentes nos dados, observamos que se revelaram em três sistemas distintos: o de solidariedade; o de família e o de religião. O de **solidariedade** diz respeito ao pedido de ajuda, que acionou cinco *subframes*: o de alimentação, o de saúde, o de moradia, o de trabalho e o de vestuário. O *frame* de **família** ocorre quando o enunciador fala de seus filhos, a quantidade e a necessidade de alimentá-los e cuidar de sua saúde. O *frame* de **religião** normalmente é acionado no final do texto, funcionando como uma conclusão. A organização dos *frames* pode ser vista na figura 18, a seguir:

Figura 18: *frames* e *subframes* revelados nos dados.



Fonte: elaboração própria em parceria com o orientador

O *frame solidariedade* surgiu em grande parte dos dados analisados. Todos os cartazes tinham como intuito solicitar ajuda, seja ela em forma de doação ou de comprar algum produto. O *frame* de *solidariedade* pode ser dividido em *subframes*, dentre os quais se destacam: alimentação, saúde, moradia, trabalho e vestuário.

O *subframe* de *alimentação* foi identificado por meio de unidades lexicais como: *fome*, *cesta básica*, *marmita*, *almoço*, *latas de leite nan*, *leite*, *gás*, *pão*, *armário vazio*, *comer* e *ração*. Vemos que a palavra *alimento* é o núcleo e as outras constituem elementos de *frame*. A seguir, reproduzimos as unidades lexicais relacionadas ao *subframe* de *alimentação*, que integra o *frame* de *solidariedade*:

alimentos fome alimento cesta básica marmita almoço latas de leite nan
leite gás armário vazio comer ração

Sabemos que um dos recursos básicos para a sobrevivência de qualquer ser humano é a alimentação. A insegurança alimentar já era presente em boa parcela da população, mas com a Pandemia, essa parcela cresceu. A falta de acesso à alimentos básicos e adequados para a manutenção da vida motivam as pessoas a usarem os cartazes como forma de pedir socorro, tal como já temos afirmado. Os locutores têm conhecimento pragmático do mundo que os cerca e sobre o que pretendem alcançar com sua mensagem, como na figura 19:

Figura 19: banco de dados n. 15



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2021). Av. Manchester, Novo mundo. Goiânia. (27/11/2021)

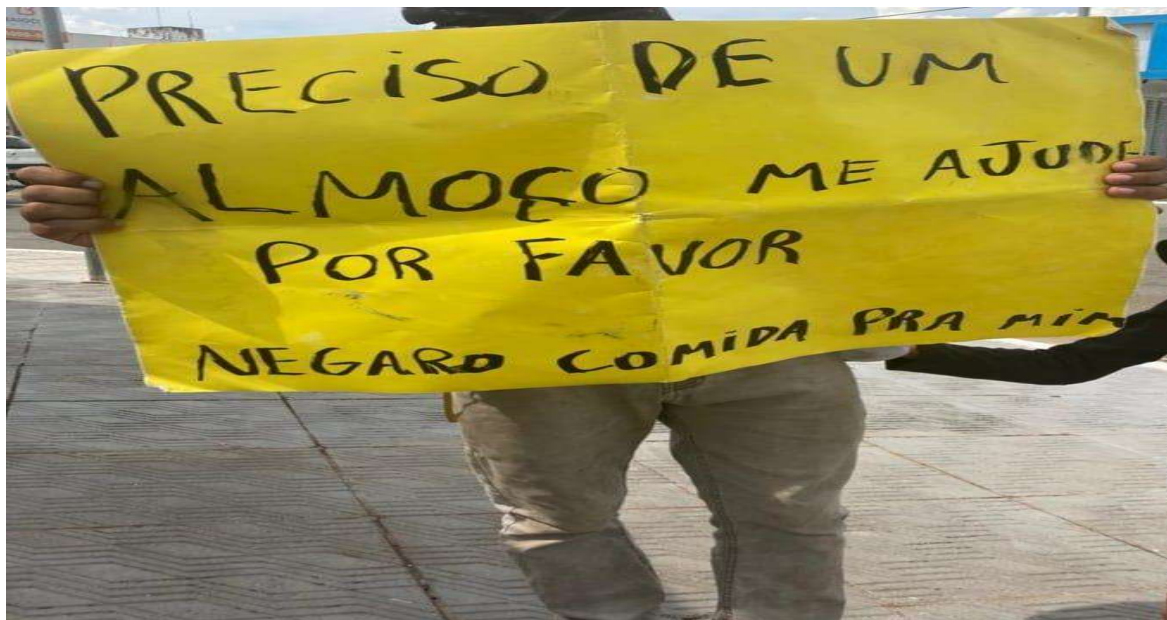
A unidade lexical *comida* aparece, no texto, em uma linha separada e com letras grandes. Uma pessoa que enuncia *Ajuda pra comprar comida* na situação apresentada mostra indiretamente todo um sistema de conceitos e conhecimentos pragmáticos, sociais, culturais, sanitários, tais como:

- a) a falta de comida pode causar a desnutrição e a morte;
- b) a existência da fome revela agravamento das diferenças sócio-econômicas;
- c) a pessoa que sente fome e pede ajuda não é passiva em relação ao problema enfrentado;
- d) a pandemia da Covid-19 provocou o aumento da fome no mundo;
- e) a sociedade, assim como o indivíduo, é co-responsável pelo combate à fome;

Além desses cinco tópicos, outros poderiam ser acrescentados, uma vez que tal palavra se relaciona em rede de conhecimentos ora mais diretamente relacionados ora menos diretamente relacionados.

A seguir mostramos mais um cartaz do *subframe alimentação*:

Figura 20: banco de dados n. 13



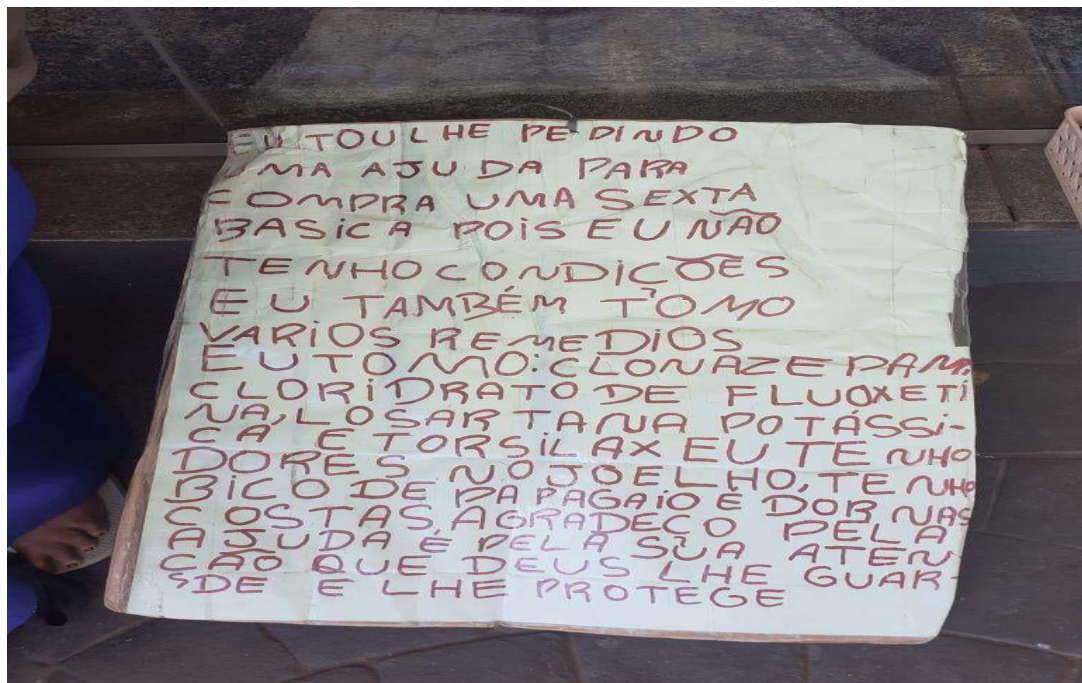
Fonte: acervo pessoal. Amanda (2021). Rua 86, Sul.Goiânia. (25/11/2021).

As unidades lexicais *almoço* e *comida* aparecem no texto como unidades lexicais que remetem o leitor para a pauta da fome. A pessoa que enuncia que precisa de um almoço aciona também os sistemas de conceitos e conhecimentos já ditos anteriormente. Nesse caso, ainda há um acréscimo de uma informação nova: *negar comida pra mim*.

O *subframe saúde* manifestou-se por meio de unidades lexicais como: *tenho filho especial, doente e remédio*.

Na figura 21 a seguir, a pessoa que faz uso da língua apresenta como informação principal o pedido de uma *sexta básica*. Como informação adicional, apresenta nomes de remédios: *clonazepam, cloridrato de fexofenadina, losartana potássica, torsilax* e também sintomas que refletem em sua saúde física em: *dores nos joelhos, bico de papagaio, dor nas costas, tratamento hospitalar e grande lesão na coluna vertebral*.

Figura 21: banco de dados n.8



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2021). Porta do banco do Brasil, 5ª Avenida, Setor Leste Vila Nova. Goiânia.

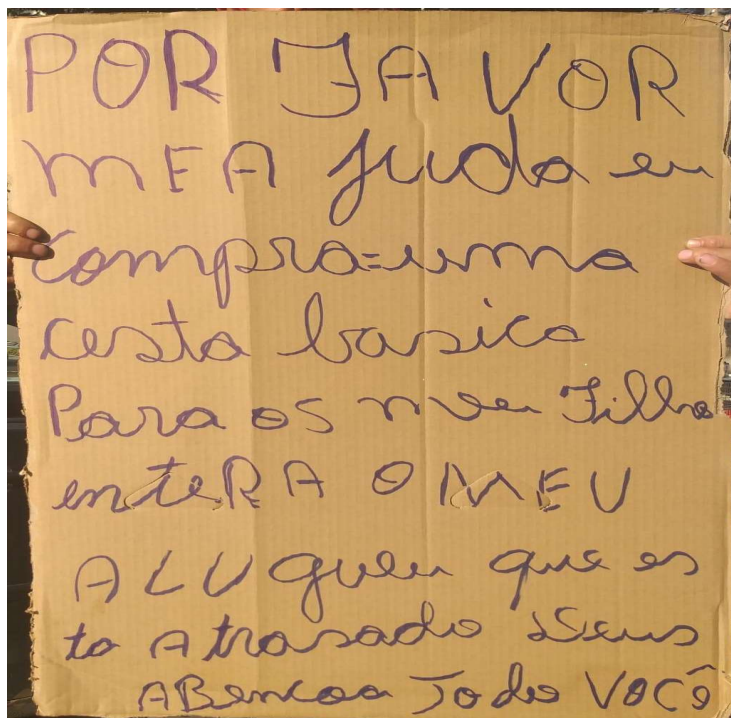
Os remédios mencionados tratam, respectivamente, de distúrbios de ansiedade, alergias, hipertensão e doenças do reumatismo. Se o leitor tiver conhecimento disso, tais argumentos podem sensibilizá-lo ainda mais. No cartaz apresentado, o autor faz, portanto, referência implicitamente a essas doenças como justificativa para um pedido de ajuda urgente. Além disso, a quantidade de remédios também pode impactar o interlocutor. O conjunto de conhecimentos acessado pelas unidades lexicais relacionadas ao *subframe* de *saúde*, tomando-se como base a figura 21, pode se refletir nos seguintes tópicos:

- a) apesar de escrever, no presente do indicativo, que *toma* vários tipos de remédios, a pessoa pode não os ter disponíveis por falta de dinheiro;
- b) a enumeração de remédios e sintomas pode ser indicativo do agravamento das condições de saúde da pessoa;
- c) a saúde, no Brasil, precisa de mais atenção tanto da sociedade quanto dos governos;
- d) por questões religiosas, humanitárias, político-ideológicas, a sociedade é corresponsável pela saúde da população;
- e) a saúde de um requer solidariedade de seu igual.

O *subframe moradia* remete à ideia de outro dos direitos básicos do cidadão brasileiro.

A figura 22, a seguir, apresenta uma informação relacionada à moradia:

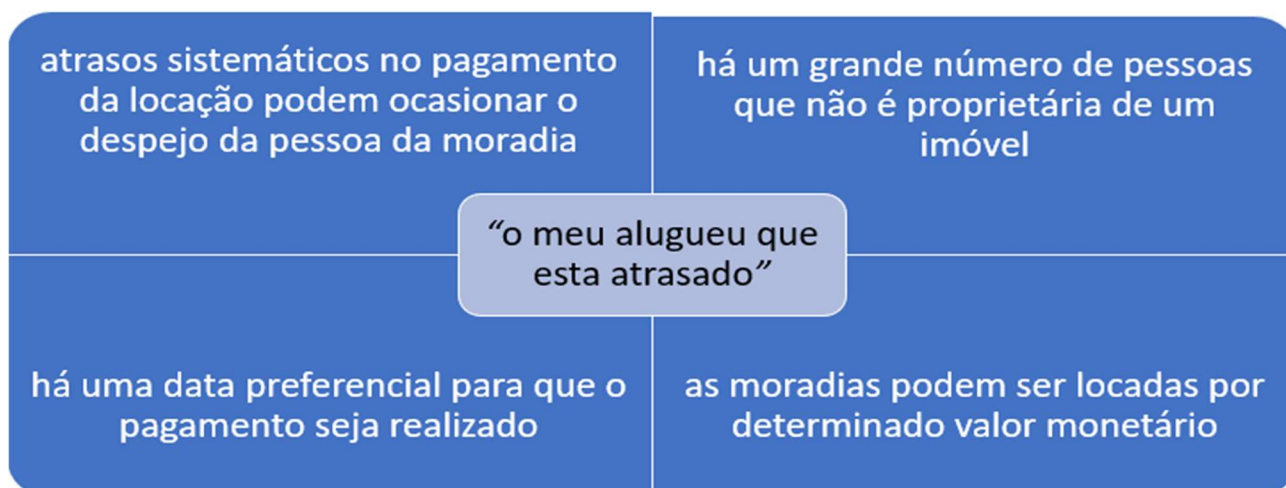
Figura 22: banco de dados n. 43



Fonte: acervo pessoal. Leosmar (2022). Centro, Goiânia-GO. (2022).

Na figura 22, ao pedir ajuda para uma cesta básica para o filho, o enunciador afirma ainda que é para *entera* [inteirar] *o meu alugueu que esta atrasado*. Sobre a informação de que *o aluguel está atrasado*, vários sistemas de conhecimento são mobilizados, tais como as informações culturais dispostas a seguir:

Figura 23: sistemas de conhecimento acionados por um núcleo enunciativo



Fonte: elaboração própria em parceria com o orientador

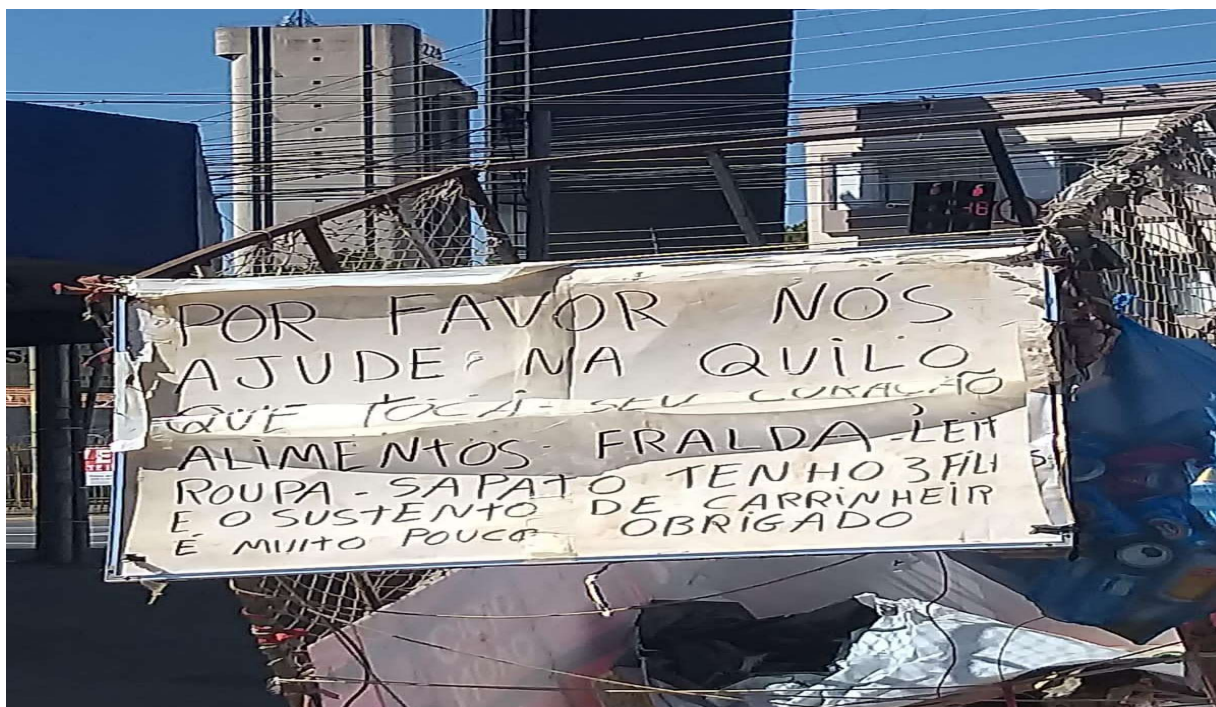
Uma outra informação importante mobilizada pelo enunciado que se encontra no centro da figura anterior é a de que a população brasileira enfrenta dificuldades financeiras para suprir necessidades fundamentais.

Partilhamos a ideia de que estar em situação de rua é viver uma experiência desumana, pois não há lugar para cuidar da higiene básica, não há segurança, não há conforto, não há saneamento básico, há risco de adquirir doenças, a alimentação depende de doações e achados nos lixos, as pessoas enfrentam desprezo e abandono de parcela da população, há riscos de desenvolverem transtornos mentais, além de estarem submetidos a alterações climáticas tais chuvas e calor por não terem endereço fixo, essas pessoas podem ter ainda mais dificuldade para encontrar um emprego fixo.

O *subframe trabalho* é um dos mais recorrentes. Tal *subframe* esteve presente em diferentes fotografias e aparece em unidades lexicais e expressões como: *desempregado(a)*, *me ajude a comprar comida para mim*, *ta podedo trabalhar*, *estou a procura de trabalho*, *preciso de emprego*, *procurro trabalho*, *emprego*, *preciso de trabalho*, *aceito emprego*, *peço emprego*, *consegui emprego*, *preciso de serviço*.

O *subframe vestuário*, menos frequente nos dados, apresenta-se pelas formas lexicais *roupa-sapato*, *preciso de roupas*. A figura a seguir mostra que, além de alimentos, fraldas e leite, a pessoa solicita ajuda com *roupa*, *sapato*.

Figura 24: banco de dados n. 9



Fonte: acervo pessoal. Leosmar (2021). Avenida 84, Setor Sul. Goiânia.

O *subframe vestuário* está ligado ao *frame solidariedade*. Esse *frame* remete ainda às ideias de compaixão e de generosidade. Uma particularidade neste cartaz é que ele não se encontra apoiado por uma pessoa em um sinaleiro, como ocorreu em grande parte dos dados. Está apoiado em um carrinho de reciclagem, o que motiva o enunciador de chamar o seu trabalho metonimicamente (parte pelo todo) de *carrinheir[o]*. A atividade de reciclagem também é uma das formas do enunciador e a família se manterem vivos. No entanto, ele alega que *o sustento de carrinheiro é muito pouca para o sustento* e, por isso, necessita de ajuda *na quilo que toca seu coração*. Novamente, o enunciador faz uso metonímico ao usar a palavra *coração* (parte do corpo humano) para acessar o senso de humanidade de seu igual.

Interessante neste cartaz é que ocorre a enumeração de necessidades básicas do enunciador ao dizer: *alimentos, fralda, leite, roupa e sapato*. Dito isso, o *subframe vestuário* evoca conhecimentos:

- a) vestuário é um item cultural básico;
- b) as roupas da pessoa que está pedindo ajuda para si e para os filhos são insuficientes para o dia a dia;
- c) a pessoa que está solicitando ajuda necessita de uma quantidade considerável de roupas e sapatos já que ele possui 3 filhos;
- d) doar roupas ajuda o meio ambiente, é uma atitude sustentável;

e) o ato doar roupas é uma prática social;

O *subframe educação* evoca ideias relacionadas à educação de crianças. A figura 25 mostra um pedido de ajuda que, mais uma vez, vincula-se interpretativamente a um dos direitos básicos: a educação.

Figura 25: banco de dados n. 42



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2021). Rua 10 , Centro. Goiânia.

O enunciado da figura 25 é iniciado pela expressão *estou pedindo uma ajuda*, em que o verbo está conjugado no singular. Logo, evidenciamos que se trata apenas de uma pessoa. Em seguida, o autor justifica o porquê de ele estar solicitando ajuda: *para comprar uma mochila nova*. Infere-se que o sujeito que necessita de ajuda seja uma criança. O conhecimento enciclopédico defende o discurso polifônico de que a *criança deve estudar para que tenha um futuro. Lugar de criança é na escola*.

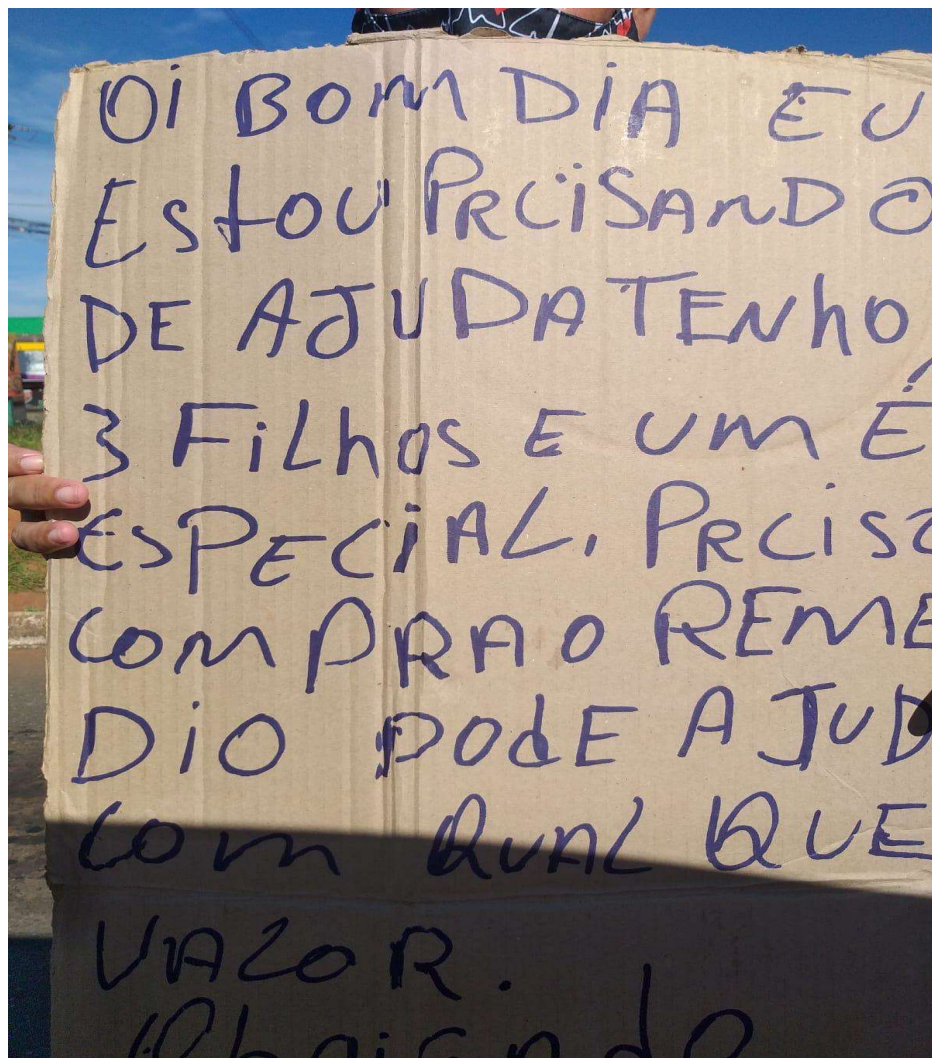
O material usado no cartaz é diferente da maioria, pois apresenta-se digitado, impresso numa folha pequena e dentro de uma proteção de plástico. Diante desse enunciado podemos acessar os seguintes conhecimentos e informações:

- a) a pessoa que está pedindo é estudante;
- b) pode ser uma criança ou adolescente;
- c) o valor monetário é acessível;
- d) a pessoa é letrada e alfabetizada;
- e) a pessoa tem conhecimento do português *standard*.
- f) é um pessoa que sabe do valor social da educação;
- g) O termo *mochila* é representação metonímica da educação no contexto.

Já o *frame família* apareceu por meio das formas linguísticas: *tenho filhos, tenho 2 filhos, tenho 3 filhos, tenho 4 filhos, preciso comprar latas de leite nan para meu filho, minha esposa está gestante de 7 meses, tenho 3 filhos e um é especial, sou pai de família, tenho 2 crianças, mãe desesperada com 5 filhos*.

O *frame* está relacionado com cuidados, proteção e dependência. Os filhos, quando criança, estão à mercê dos cuidados dos pais. A seguir, na figura 26, mostra-se um dos cartazes em que o enunciador faz referência aos filhos, evocando o *frame de família*:

Figura 26: banco de dados n. 44



Fonte: acervo pessoal. Leosmar (2022). Perimetral Norte, altura Urias Goiânia-GO.(22/03/2022).

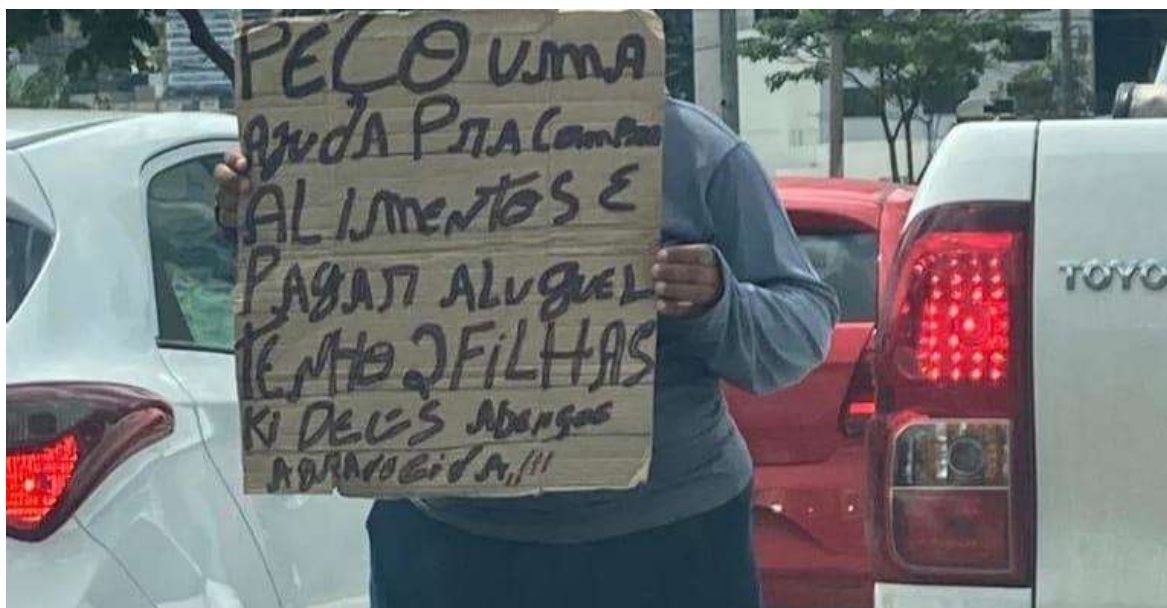
No enunciado *tenho 3 filhos e um é especial*, o autor chama atenção para os cuidados básicos que toda criança deve ter, ainda mais, uma criança especial. Ele não especifica qual tipo de cuidado especial a criança necessita, mas o *frame* indica que precisa da atenção dos pais mais do que as outras. Com isso, o interlocutor cria a imagem de que crianças precisam de ajuda imediata. Ao dizer, *tenho 3 filhos e um é especial*, o enunciador evoca conhecimentos de mundo e pragmáticos:

- 1) filhos devem ser cuidados, porque são vulneráveis;
- 2) os pais devem oferecer a proteção;
- 3) a expressão *filho especial* remete a pessoa com deficiência e, por isso, requer cuidado redobrado;
- 4) os filhos que não possuem necessidade especial devem ter entre 0 e 15 anos;

- 5) o filho especial pode ser de 0 a 15 anos ou pode ser mais velho;
- 6) o fato de um dos filhos ser especial requer da sociedade maior empatia traduzida na forma de ajuda financeira.

Em boa parte dos dados, a afirmação de que *tenho filhos, tenho duas filhas, tenho 3 filhos* é bastante recorrente. A figura 27, a seguir, mostra isso:

Figura 27: banco de dados n. 16

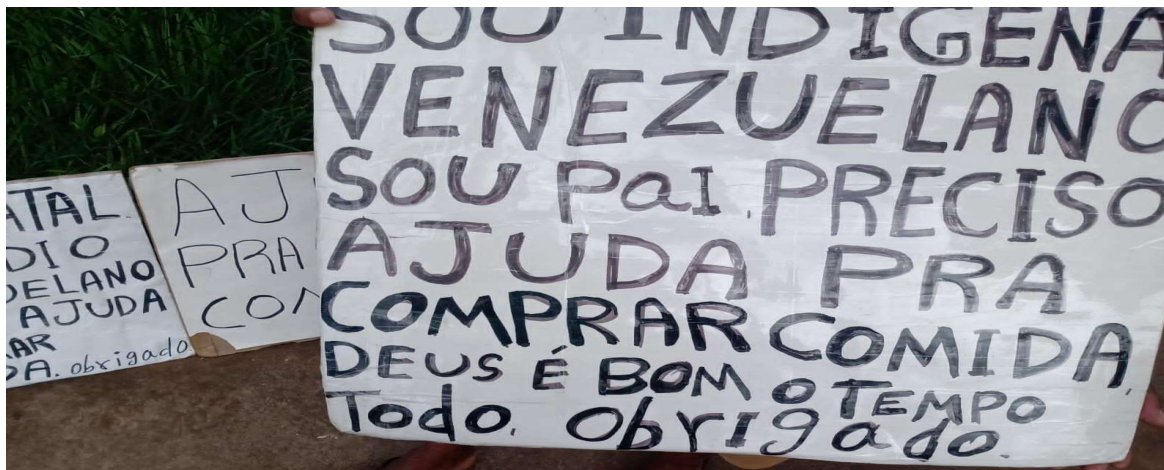


Fonte: acervo pessoal. Amanda (2021). Av. Jamel Cecílio, Jardim Goiás. Goiânia. (25/11/2021)

O *frame de religião* apareceu por meio das formas linguísticas: *que Deus abençoe vocês, que Deus lhe guarde e lhe proteja, Deus abençoe, Ki Deus abençoe, Deus abençoe todos, Deus abençoe (corações), Deus é bom o tempo todo, Deus não só move teu coração para me ajudar: ele vai te recompensa e Deus abençoe sua vida.*

Na figura, a seguir, vemos que o *frame religião* aparece por meio da sentença *Deus é bom o tempo todo*. Vejamos:

Figura 28: banco de dados n. 26



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2021). Setor jardim novo mundo, Goiânia. (17/11/2021).

O cartaz mostra que a pessoa que o escreveu, no caso, uma pessoa que se auto-identifica como indígena venezuelano, faz referência a Deus. Então, entendemos que ele tem conhecimento pragmático de que o seu interlocutor pode ser devoto de alguma religião que prega a solidariedade. O enunciado *Deus é bom o tempo todo* é uma citação da Bíblia, presente no livro Salmos, cap. 100, versículo 5. Nos outros dados, a frase *Deus abençoe* teve uma alta frequência, como já dissemos, como forma de concluir o texto do cartaz. Acredito que isso se deve ao fato de que o cristianismo prega ajuda ao próximo e uma recompensa por essa ajuda.

Há vozes sociais que como *quem ajuda Deus multiplica, fazei o bem sem olhar a quem, o pouco para você é muito para o outro, é dando que se recebe, a quem trata com Deus nada falta, Deus te dê em dobro tudo que me desejares, felizes as pessoas que têm misericórdia dos outros pois Deus terá misericórdia dela*. Essas vozes, ligadas ao cristianismo, têm o propósito de ensinar as pessoas a serem caridosas/solidárias e isso integra a cultura de modo que enunciado como *Deus é bom o tempo todo* ou *Deus te abençoe* se tornem bastante frequentes. Além disso, o *Deus te abençoe* é uma fórmula religiosa de, em nossa cultura, no âmbito da família, os mais jovens, orientados pelos pais, *tomarem a benção, pedirem a benção*, quando chegam e quando saem da presença dos pais, dos avós, dos tios. Com o tempo, esse costume foi se perdendo, mas permaneceu em contextos em que alguém recebe a ajuda ou um favor de outra pessoa, como é o caso do cartaz²¹.

Lembro-me de questionar uma criança de aproximadamente 10 anos que estava no sinaleiro da avenida Perimetral Norte no setor Urias Magalhães na cidade de Goiânia sobre o que ela gostava de fazer. O menino respondeu que gostava de comer. Então, perguntei qual era seu prato preferido e ele disse que era ovo.

²¹ A descrição desse dado cultural goiano [e brasileiro] mostra o encontro dos *frames* de solidariedade, de família e de religião.

Confesso que fiquei impressionada, pois esperava que ele dissesse: chocolate, sorvete, pizza, açaí, mas a resposta foi *ovo*, um alimento de fácil acesso econômico do meu ponto de vista.

Logo, cheguei à conclusão de que devido a seu contexto social, esse garoto não tinha oportunidades de vivenciar outras experiências que geralmente crianças da sua idade que desfrutam de outras classes sociais vivenciam.

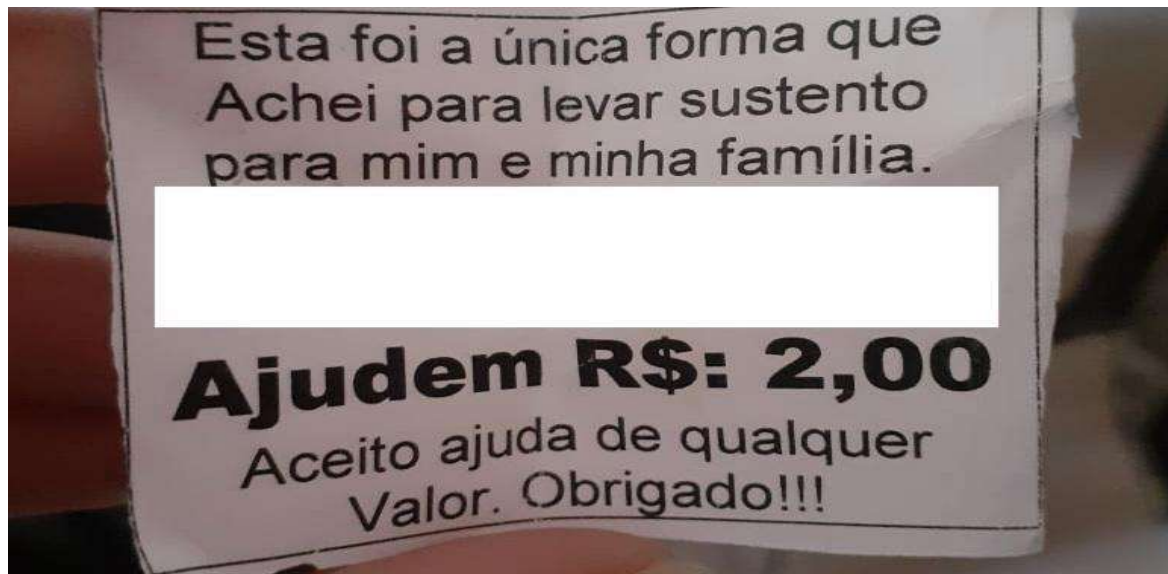
Isso me fez refletir sobre a noção de *superframe*, proposta por Mignolo (2008) *apud* Lima, Silva e Rezende (2021), que, em seus trabalhos de perspectiva decolonial, apresenta o conceito como o alargamento das bordas, ou seja, a consideração de contextos socioculturais mais amplos do que aqueles que conhecemos usualmente. No caso do *superframe* apresentado por mim, ele parte da minha visão de mundo, das minhas experiências. Já o “ovo” parte da vivência de mundo da criança. Eu, contudo, não considerei ambas as visões de mundo [a minha e a da criança]. Assim, vemos que nosso ponto de vista é formado a partir da nossa experiência. A minha visão de mundo sobre o que uma criança desejaria comer, parte das minhas experiências, de uma visão de privilégios, já a criança parte de um lugar de fala, do *lócus* de enunciação, que luta para adquirir o básico para a sobrevivência.

Feitas essas considerações, passamos para a próxima seção, que trata da *gestalt*.

4.3.2 Manifestação gestáltica dos dados

A *gestalt*, para Lakoff e Johnson (2002), constitui a estrutura da organização de pensamento, percepção, atividade motora e linguagem para o interlocutor. A *gestalt* configura, como vimos, a junção de partes individuais em um todo. Dependendo dos propósitos, essas partes individuais ganham destaque ou podem ser secundarizadas, ocultadas. A figura, portanto, são as informações que sobressaem, e o fundo são as informações pouco realçadas ou não salientes. A atenção topicalizada se faz por meio das informações que o enunciador deseja que chamem mais atenção. Nos dados coletados, vimos a relação *figura/fundo*: palavras maiores que as outras, palavras em cores vermelhas, a expressão *me ajude* como primeira informação do cartaz. Diante disso, os autores colocam em evidência aquilo que consideram que seja mais relevante comunicativamente, segundo a sua necessidade.

Figura 29: banco de dados n. 47



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2022). Avenida Castelo Branco , Campinas, Goiânia-GO.(11/06/2022).

Tendo em vista que a *gestalt* é a estrutura da organização do pensamento surgido na percepção e que procura focalizar a atenção do interlocutor, neste folheto, vemos um usuário que está na categoria dos vendedores. No texto, o número do pix (que foi borrado) e o enunciado **Ajudem R\$: 2,00** estão em negrito. São as duas informações que o usuário da língua considerou mais relevantes para os seus objetivos comunicativos e que intenta chamar a atenção de seu interlocutor justamente para essas duas informações. Além do negrito, o verbo *ajudar* e o valor monetário do produto (R\$ 2,00) estão com fonte maior do que as outras fontes do texto.

As outras informações (*Esta foi única forma que achei para levar sustento para mim e minha família*, seguida do nome da pessoa, da indicação de que aceita ajuda de qualquer valor e do agradecimento) constituem plano de fundo. Aqui vemos que a atenção está focalizada nos primeiros dois elementos que mais chamam atenção do passante, e isso pode influenciar a interpretação do leitor.

Observemos, agora, a figura 30, a seguir:

Figura 30: banco de dados n. 39



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2022). Terminal praça da Bíblia, setor Universitário, Goiânia. (20/02/2022).

Nesse folheto, que também está na categoria de vendas de algum produtos. O autor coloca em destaque a palavra *Atenção* e, na sequência, a informação *sou deficiente auditivo*. São informações que aparecem em primeiro plano, estão em negrito, em caixa alta e, em alguns casos, com fonte maior do que as demais. O autor tem como objetivo informar, antes de tudo, que é deficiente auditivo. Essa informação, de seu ponto de vista, é a mais relevante. Ele espera, então, que o leitor acione seu conhecimento de mundo a respeito das dificuldades que é ser deficiente auditivo para tornar-se empático. Em seguida, vemos o valor do cartão *apenas R\$ 1,00 ou R\$ 2,00*. Essa informação também aparece com destaque, deixando como plano de fundo (*background*) as outras: *prezado (a) amigo (a) não sou como você, mas preciso viver também, me ajude adquirindo esse cartão, Muito obrigado! Deus te abençoe, União Pró-Surdo do Brasil*.

Sabemos que o local onde os cartazes e folhetos circulam tem um fluxo grande de pessoas e que elas não se dispõem de muito tempo para lê-los integralmente. Daí, a *gestalt* funciona como meio eficiente de focalização da atenção do leitor naquilo que o autor julga ser relevante para obter assistência ou para vender um produto, tal como já temos dito, ativando no outro o desenvolvimento de suas habilidades focais.

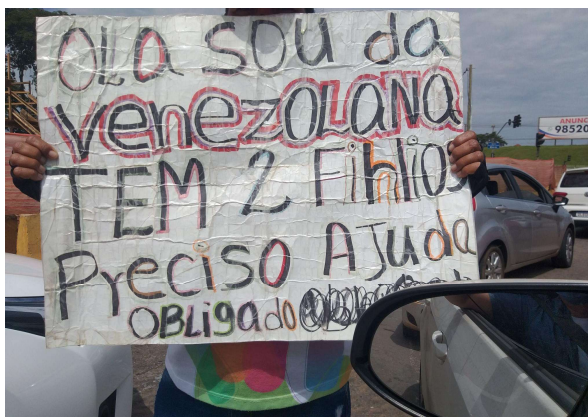
Observemos, por fim, as figuras 32 e 32, a seguir:

Figura 31: banco de dados n. 19



Fonte: acervo pessoal. Leosmar (2021). Setor Sul, Goiânia. (22/10/2021).

Figura 32: banco de dados n. 1



Fonte: acervo pessoal: Leosmar (2021). Cruzamento entre a Av. Goiás Norte e Perimetral, ao lado do Shopping Passeio das águas.

Em ambas as imagens, o país *Venezuela* e a origem *venezolana* constituem, respectivamente, elementos que se destacam nos dois cartazes. A autoidentificação como mulher de origem venezuelana é informação relevante no cartaz tanto do ponto de vista de quem enuncia quanto do ponto de vista de quem recebe a informação, uma vez que o fenômeno migratório da Venezuela para o Brasil, desde 2017, foi pauta de notícia nacional e internacional. Há o pressuposto de que o passante se sensibilize com as causas migratórias, com a situação de vulnerabilidade daquele povo e acolha o estrangeiro.

4.3.3 Compressão nos cartazes de sinaleiro

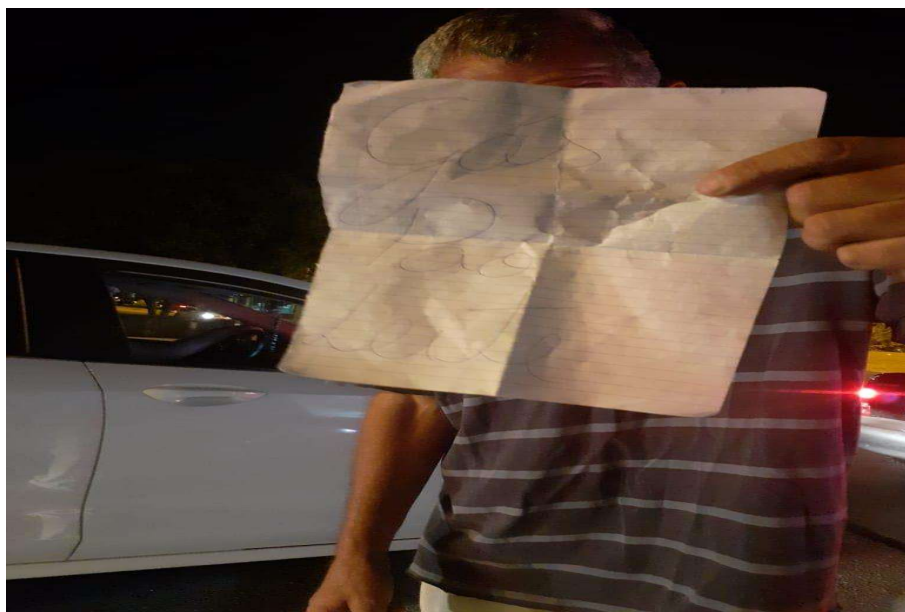
Como já visto no capítulo teórico, segundo Fauconnier e Turner (2002), a compressão é a junção de domínios diferentes em um só. Os autores afirmam que a integração conceptual está na imaginação, pois, por meio dela, conectamos domínios diferentes. A compressão se faz semelhante à metáfora, pois ambas unem

domínios distintos em um só, ou seja, ocorre a integração de domínios do conhecimento. Na metonímia também ocorre esse fenômeno. A integração da parte no todo e do todo na parte comprime informações e torna a metonímia produtiva.

Da mesma forma, ocorre nos cartazes: há muita informação embutida em poucas palavras. Entendemos que o ato de reduzir as informações o máximo possível se deve ao fato do tamanho do suporte do texto (o papelão, papel, cartolina) e também devido à necessidade de a mensagem ter de ser apreendida de forma rápida, por ser um texto utilitário (PINTO, 1996). Além disso, o tempo que os carros ficam parados no sinaleiro é, em média, 60 segundos. Com isso, as pessoas compõem seus enunciados, resumindo o drama de suas vidas em poucas palavras.

No cartaz a seguir, o material usado foi uma folha de caderno A4, em que o autor expressa a seguinte mensagem não muito nítida: *gás, pão, leite*.

Figura 33: banco de dados n. 48



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2022). Rua 90, setor Sul, Goiânia-GO.(11/07/2022).

Transcrição: *gás, pão, leite*

A compressão das informações se faz nessas 3 escolhas lexicais. Apesar de o enunciador não escrever nos seguintes termos: *me ajude com gás, pão e leite*, entendemos que ele está sem esses itens em casa.

Quando o enunciador diz *gás*, ele traz todo conhecimento do mundo acerca do *gás*. O *gás* é um produto básico para o preparo da alimentação dos brasileiros. A palavra também evoca a situação econômica do país, uma vez que o gás de cozinha vem sofrendo aumento no seu preço. Com isso, os mais necessitados são os que mais sentem esse reajuste.

O *pão* é um alimento importante, já que ele faz parte da alimentação de quase todos os brasileiros, e tem um baixo valor econômico, além de ser interpretado também como uma representação clássica de *comida*, de modo geral.

Já o *leite* é um alimento que faz parte da cesta básica. Quando o enunciador escreve *leite*, podemos imaginar que ele pode ter crianças em casa, uma vez que se faz muito necessário na fase da infância. Diante disso, vemos que a situação recupera tudo que foi comprimido.

Na figura, a seguir vemos que o material é um pedaço de papelão. O texto enunciado aparece mais comprimido que os demais, visto que, apesar de haver só duas palavras *fome ajuda*, essas trazem muitas informações.

Figura 34: banco de dados n. 74



Disponível em: <<https://www.ivinoticias.com.br/noticia/120295/jovem-que-atrapalha-o-tr-nsito-com-placa-pedindo-ajuda-detido-em-nova-andradina>>. Acesso: 15 out. 2021.

A palavra *fome* presente no cartaz traz conhecimento da parcela da sociedade que está em situação de insegurança alimentar, revela problemas econômicos, políticos e sanitários do Brasil. A *fome* não é um problema recente do país. O Brasil convive com essa triste realidade há décadas, porém esse problema se agravou com a Pandemia, tal como já temos dito. O enunciado também revela desigualdade social e pobreza, e má distribuição de renda. Apesar de o Brasil ser um país que produz muitos alimentos, o enunciado mostra que há uma má distribuição de alimentos. Revela a ausência dos governos em fazer políticas públicas voltadas para os mais necessitados.

Já a palavra *ajuda* mostra um pedido de assistência. O enunciador necessita de um auxílio de comida para se manter vivo. Assim, vemos que nessas duas palavras que estão de forma condensada, resumida e sintética, o autor consegue trazer toda situação da *fome* no Brasil em apenas 2 palavras.

Elementos semióticos também parecem apresentar informações comprimidas. O jovem tapar o rosto com o cartaz que contém a inscrição *fome ajuda* é uma representação de vários brasileiros invisibilizados, primeiro, por não possuírem, muitas vezes, documentos pessoais; segundo, por não serem, muitas vezes, notados ou serem ignorados pelos passantes.

CONCLUSÃO

Em seu discurso de posse em 1º de janeiro de 2023, o Presidente Lula falou sobre brasileiros desempregados pedindo ajuda nos semáforos: "Trabalhadores e trabalhadoras desempregados, exibindo nos semáforos cartazes de papelão com a frase que nos envergonha a todos: “por favor, me ajuda”²². Com voz embargada, o Presidente fez referência ao tema que nos motivou a realizar esta pesquisa: as pessoas que, em situação de vulnerabilidade social, pedem ajuda em sinaleiros.

Se antes mesmo da posse de Lula, nos atentamos pelo tema e, em rede nacional, o Presidente reserva um espaço em seu discurso para tratar dele. Isso significa que é um tema atual e relevante, o que justifica a realização desta dissertação de Mestrado que teve como objetivo discutir e analisar os aspectos linguísticos, discursivos e cognitivos do português escrito usado em cartazes de rua, coletados em Goiânia no período de distanciamento provocado pela pandemia do Novo Coronavírus, dando destaque às pessoas em situação de vulnerabilidade social naquele momento histórico mundial.

Em relação aos **aspectos linguísticos e discursivos**, constatou-se que: **a)** há uma roteirização para a produção do texto: a introdução, normalmente, é feita por meio de um *por favor, bom dia* ou um vocativo do tipo *amigo*; o desenvolvimento constitui o pedido de ajuda em si, seguido de uma justificativa; a conclusão é feita, normalmente, por meio de um agradecimento (*obrigado*) e/ou pela frase *Deus te abençoe*. A introdução e a conclusão parecem revelar conhecimento do valor sócio-pragmático-discursivo de ser polido; **b)** a escrita, em geral, é manuscrita, sem o auxílio do computador. São poucos os cartazes que fizeram uso do equipamento; **c)** os principais suportes onde se escreve o texto são folha de papelão, cartolina, caixa de sapato, com uso também de pincel, canetinha, canetão; **d)** a variedade do português escrito possui identidade própria e, na maioria das vezes, foge das regras gramaticais do português padrão, incluindo também estruturas linguísticas

²²Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/01/leia-a-integra-do-discurso-de-lula-no-congresso.ghtml>> . Acesso: 07 mar. 2023.

de usuários do português como L2; **e)** o verbo *ajudar* e o nome *ajuda* são constantes em quase todos os cartazes; **f)** a ajuda inclui o pedido de dinheiro, mas a palavra dinheiro, em si, não aparece; **g)** a justificativa presente nos textos funcionam como argumentos para o pedido de ajuda. Os principais argumentos são os de que *possuem mais de um filho, falta comida, negaram comida, toma remédio controlado, está com o aluguel atrasado* ou etc.; **h)** a polifonia é intrínseca aos textos, uma vez que eles estabelecem diálogo principalmente com o discurso religioso para acessar as noções de “ajuda ao próximo”, “solidariedade com os mais pobres”, “bençãos advindas da ajuda”; **i)** os produtores dos cartazes recorrem a recursos multimodais/semióticos para estabelecerem interação. Desenhos de corações, colagem da caixa do remédio controlado são alguns exemplos; **j)** alguns pedidos vinham acompanhados da chave pix, o que demonstra que as pessoas tentam se incluir nas novas tecnologias de transação financeira.

No que diz respeito aos **aspectos cognitivos**, os principais achados são os seguintes: **a)** apesar de o texto dos cartazes ser compacto, uma palavra aciona uma rede de conhecimentos enciclopédicos compartilhados entre locutor e interlocutor, o que se alinha ao conceito de *frame*. Os dados revelaram três *frames* principais: o de solidariedade, o de família, o de religião. O *frame de solidariedade* relaciona-se a 6 subframes: alimentação, saúde, moradia, trabalho, vestuário, educação; **b)** os dados revelaram também *superframes*, que apontam para a consideração de que os conhecimentos de mundo do locutor e do interlocutor não são tão compartilhados assim. Se o interlocutor dos cartazes não experiencia a fome, ele terá dificuldades de acessar o *superframe* da fome vivida por quem a sentiu; **c)** a *gestalt* se revelou por meio da focalização de algumas informações em detrimento de outras. Os autores dos cartazes, em geral, colocam algumas palavras em destaque, com letras maiúsculas ou pintadas de cor diferente do restante do texto; a expressão *me ajude*, em geral, aparece como informação relevante nos cartazes. Tal informação constitui *figura*, ou seja, a informação comunicativamente mais relevante do ponto de vista do locutor; **d)** houve, nos dados, a presença da compressão. Na enunciação da palavra *fome*, por exemplo, estão comprimidos o pedido de ajuda, a má distribuição de renda no país, a realidade social de uma parcela dos brasileiros.

Os cartazes de rua revelam uma forma de a pessoa agir no mundo, apresentam traços da identidade e origem - no caso dos venezuelanos, que se autoidentificam como tal sua cultura (linguística, familiar, religiosa). A diversidade de textos e informações comprova o que já temos dito: a língua está a serviço dos seus usuários; constitui estrutura maleável e adaptável às necessidades comunicativas dos falantes. Não é, por acaso, então, que, neste contexto específico, a palavra *ajuda* aparece na quase totalidade dos textos.

Conceitos como o de sensibilidade/ não sensibilidade, solidariedade, empatia, confiança/desconfiança entre outros integram o processamento da interação enunciador/interlocutor nos textos, o que, muitas vezes, resulta em jogos interativos com subtextos advindos de experiências polifônicas compartilhadas. Tais jogos envolvem os saberes, o querer pensar, o não querer pensar, o desejo de emoção daquela situação.

Da parte do enunciador, por exemplo, ele pode lidar com os seguintes componentes pragmáticos/cognitivos, que compõem a memória coletiva da sociedade: a) a solidariedade é um valor da sociedade; b) existem pessoas que possuem solidariedade e poder econômico melhor que o meu e que, por isso, podem me ajudar; c) a minha necessidade me conduz a produzir um pedido de ajuda por meio de um cartaz, por ser um meio eficiente, que não necessita do canal falado.; d) o meu interlocutor pode desconfiar que o meu pedido de ajuda pode ter outras finalidades para além das necessidades básicas (alimentação, saúde, emprego); e) eu necessito provar a minha necessidade para que se demova qualquer desconfiança. Apresento a quantidade de filhos que tenho, mostro receitas, falo da necessidade das vendas para suprir necessidades básicas etc; f) a apresentação precisa ser polida para que a empatia se estabeleça.

Da parte do interlocutor, existem vozes sociais que permeiam a sociedade contra a doação de dinheiro. Tais vozes pensam e compartilham pensamentos do tipo: *não podemos fazer doações, porque o dinheiro será usado para comprar drogas; não devemos ajudar pessoas nas ruas porque as incentivamos a não trabalhar; muitas pessoas que pedem ajuda nem precisam dele; dar dinheiro para pessoas em situação de rua pode ajudar aumentar a criminalidade; ajudar com dinheiro pode acabar incentivando a pessoa a não sair daquela situação; ajudar gera acomodação; não é dando dinheiro que vou tirar a pessoa da rua; temos que dar é oportunidade para essas pessoas saírem da rua.*

Assim como existe voz social **contra** a doação, existe voz social **a favor** (total ou parcialmente) das doações. O interlocutor que se dispõe a ajudar poderá se mover por pensamentos como: *eu posso fazer algo por aquela pessoa naquele momento; I real pode afastar o mal; a minha parte eu fiz, o que a pessoa vai fazer com dinheiro que dei vai dá consciência dela; vou fazer minha parte hoje; quando se dá alguma coisa, a gente não espera nada em troca; se eu ajudar o próximo, Deus vai me recompensar; qualquer ajuda é bem-vinda; não cabe a nós julgar o próximo, vou praticar a compaixão; vou doar logo para me ver livre dessa cena que me incomoda de algum modo.* Com base no jogo do saber coletivo *eu sei que alguém pensa assim*, o locutor cria seus textos na expectativa de que os passantes sejam conhecedores desses pensamentos e ofereçam ajuda.

Esses tipos de pensamentos, na maior parte das vezes, não são falados diretamente para as pessoas que estão vivenciando uma situação de vulnerabilidade, mas elas possivelmente participam dessas ideias que compõem a memória coletiva, porque também são sociedade, mesmo que vivendo um momento de exclusão. Diante disso, algumas pessoas levam seus filhos, mostram a receita de medicamentos ou até a própria criança vai às ruas pedir material escolar. Tais situações trazem veracidade sobre os pedidos e podem desarticular a voz social de que o pedido de ajuda seria para usar drogas ilícitas e bebidas alcoólicas ou podem ainda reforçar a voz social de negação do pedido de ajuda, já que são infinitas as possibilidades de se ver e conceber a cena.

Em termo de contribuições, esta pesquisa tem uma relevância social, porque coloca em destaque as pessoas em situação de vulnerabilidade, que, na maior parte das vezes, são invisibilizadas e, pelo menos, os

seus textos ganham visibilidade em um trabalho acadêmico. Diante disso, esse trabalho trouxe para o primeiro plano aqueles e aquilo que, muitas vezes, são ignorados socialmente. Dar visibilidade a essas pessoas por meio do estudo do funcionamento da língua é uma forma de mostrar que essas pessoas existem, têm voz e estão lutando por sobrevivência.

Outra contribuição que essa pesquisa trouxe foi desenvolver um trabalho com dados inéditos e inovadores²³ por tratar de um assunto tão delicado durante uma das maiores crises sanitárias mundiais: a Pandemia da Covid-19. Esta pesquisa poderá ajudar futuros trabalhos voltados para os aspectos linguísticos, discursivos e cognitivos da língua, especialmente, do português escrito.

Novas pesquisas na área podem, a partir deste estudo, tratar de aspectos relacionados a formas de ver o discurso e/ou tratar de outras categorias cognitivas, tais como a prototipia, fazendo interface entre língua e sociedade, língua e situação socioeconômica, língua e lugar social que o sujeito ocupa, língua e cultura da solidariedade etc.

²³ A referência ao ineditismo e à inovação dos dados coletados foi feita pelas Profas. Fernanda Cunha Sousa e Tânia Ferreira Rezende no exame de qualificação em setembro de 2022.

REFERÊNCIAS

- ABREU, A. S. *A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção*. Cotia: Ateliê Editorial, 2009.
- ABREU, A. S. *Linguística cognitiva: uma visão geral e aplicada*. Cotia:Ateliê Editorial, 2010.
- BALDO, A. Frames cognitivos e interacionais na compreensão de expressões idiomáticas em L2: um estudo de caso. *Signótica*, Goiânia, v. 27, n. 2, p. 325–350, 2015.
- BAKHTIN, M; VOLOCHINOV, V. N. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Trad. Michael Lahud e Yara Frateschi Vieira, com a colaboração de Lúcia Teixeira Wisnik e Carlos Henrique D. C. Cruz. 9 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BAKHTIN, M. M. [1952-1953]. Os gêneros do discurso. In: *Estética da criação verbal*. Tradução Paulo Bezerra. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BAKHTIN, M. *Problemas da poética de Dostoiévski* 4. ed. rev. e amp. Trad. de Paulo Bezerra, Rio de Janeiro: Forense, 2008. [1963].
- BARRETO, K. H. O humor e a semântica de frames. *Revista Gatilho*, 2013. S/D. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/revistagatilho/files/2013/05/O-Humor-e-a-Sem%C3%A2ntica-de-Frames1.pdf>> Acesso: 26 maio 2019.
- BRASIL. *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*. (IBGE). 2021. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. acessado em: 23 de set. 2021.
- BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado, 1988.
- BRASIL. *Estatuto da Criança e do Adolescente: Lei federal nº 8069, de 13 de julho de 1990*. Rio de Janeiro: Imprensa Oficial, 2002.
- CALVET, Louis-Jean. Trad. Marcos Marcionilo. *Sociolinguística: uma introdução crítica*. São Paulo: Parábola, 2002.
- CAMPOS, A. de. *Não: Poemas*. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- CÓRDOBA, S. A.; SILVEIRA, E. L. O sujeito da incompletude e o diálogo entre discursos: a heterogeneidade e o atravessamento de vozes na canção “um fado de Ivan Lins”. *Revista Lampejo*, Fortaleza- CE, v 8, nº 1, 2019.
- COSENZA, H. A. Semântica de frames e teoria de protótipos: uma análise do poema não, de Augusto de Campos. *Revista Linguagens e Letramentos*, Cajazeiras – Paraíba, v. 4, nº 2, Jul-Dez, 2019.
- DINIZ, C. A. P. M.; SANTANA, M. A.; ARÇARI, D. P. ; THOMAZ, M. C. A. *Os efeitos do tabagismo como fator de risco para doenças cardiovasculares*. São Paulo: Unisepe, 2018.
- ETTO, R. M.; CARLOS, V. G. Sociolinguística: o papel social na língua. *Mosaico*. São José do Rio Preto- São Paulo, v. 16, n.1, p.721-743, 2017.
- FAUCONNIER, G.; TURNER, M. *The way we think: conceptual blending and the mind’s hidden complexities*. New York: Basic Books, 2002.

FERREIRA DA SILVEIRA, S. A. C. A construção do ethos como estratégia argumentativa no artigo de opinião jornalístico. *Estudos Linguísticos*. São Paulo. 44(3). p. 1360–1370. Set./Dez, 2015.

FERRARI, L. *Introdução à linguística cognitiva*. São Paulo: Contexto, 2011.

FILLMORE, C. J. Frame semantics. Selected Papers from the 1981 Seoul *International Conference in Linguistics*. Seoul: Hanshin Publishing Co., 1982, p. 111-137. Disponível em: <http://brenocon.com/Fillmore%201982_2up.pdf>. Acesso em: 04 mar. 2000.

FILLMORE, C. Semântica de Frames. Trad. Galeno Fae da Silva. In.: *Cadernos de tradução*. 25. Jul./dez. Porto Alegre: Instituto de Letras da UFRGS, 2009. p. 25-54.

FREITAS, L. A. de O.; SILVA, L. A. da. Um estudo cognitivo sobre a categoria mentira e sua realização por meio de fake news relativas ao novo coronavírus. *Estudos Linguísticos e Literários*, Salvador, n. 69, p. 178–203, 2021.

GAARDER, Jostein. *O mundo de Sofia*: romance da história da filosofia. Tradução do norueguês Leonardo Pinto Silva. 1 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUITARRARA, Paloma. "Favelização"; *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilescuela.uol.com.br/geografia/favelizacao-segregacao-urbana.htm>. Acesso em 10 de abril de 2023.

IBARRETXE-ANTUÑANO, I.; VALENZUELA, J. *Linguística cognitiva*. Barcelona: Anthropos Editorial, 2012.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. *Metáforas da vida cotidiana*. [coordenação da tradução Mara Sophia Zanotto]. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2002. [Primeira publicação: 1980].

LANDULFO, C.; MATOS, D. *Suleando Conceitos e Linguagens*: Decolonialidades e Epistemologias Outras. Campinas, SP: Pontes Editores, 2022.

LE SÉNÉCHAL-MACHADO, A M. O processo de persuasão e o comportamento de persuadir. *Psicol. cienc. prof.*, Brasília, v. 17, n. 3, p. 28-34, 1997.

LIMA, H. J. de.; SILVA, M. M. da; REZENDE, T. F. O encarceramento da existência da pessoa surda na/pela linguagem. *Revista diálogos*. v. 9, n. 2. mai./ago. - 2021, p. 41-59.

HERMONT, A. B.; ESPÍRITO SANTO, R. S. do. (Orgs.). *Linguagem e cognição*: diferentes perspectivas, de cada lugar um olhar. Belo Horizonte: Ed. PUC Minas, 2010. 294 p.

MATTOS, G. *Livro dos sonetos*. Rio Grande do Sul: LP & M Editores: 1996.

MADEIRO, Carlos. Número de brasileiros com fome dispara e atinge 33,1 milhões, diz pesquisa. *Uol*, 2022. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/colunas/carlos-madeiro/2022/06/08/fome-atinge-33-milhoes-de-pessoas-e-pais-retrocede-a-anos-90-diz-pesquisa.htm>>. Acesso em: 22/08/2022.

MIRANDA, M. A.; MENDES, P. H. A. A emergência de metáforas multimodais: análise da metaforização e da compressão no debate político-eleitoral. *Scripta*, Belo Horizonte, v. 18, n. 34, p. 237-256, 2º sem. 2014.

MOREIRA, C, F. O surgimento da linguística cognitiva: Educação, Linguagens e Artes. *Anais*. UFBA.2011.

MURALHA, Separatista. **Galpão sem nexo**. Goiânia: Aksum Records,2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AnHwewcKK3I>. Acesso em: 13 Abr.2023.

OLIVEIRA, A. F.; VALENTE, J. G.; LEITE, I. C. Aspectos da mortalidade atribuível ao tabaco: revisão sistemática. *Rev Saúde Pública*, vol. 42, n. 2, p. 335-345, abr. 2008.

PARINTINS, R. Categorização, frame e valores sociais em um programa televisivo. In *SciELO Preprints*. <https://doi.org/10.1590/1678-460x202254429>. 2022.

PINA, A. A. de. O papel da mesclagem conceptual na construção do significado do angulador “um tipo de”. *Gragoatá*, v. 11, n. 21, 30 dez. 2006.

REZENDE, T. F.; SILVA, D. M. da. Desobediência linguística: por uma epistemologia liminar que rasure a normatividade da língua portuguesa. *Revista Porto das Letras*, Vol. 04, n. 01. p. 174-202. 2018.

SILVA, N. H. *Metáfora e Metonímia nas Construções com ‘Pé’*: uma abordagem cognitivista. 2011. 111 f. Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas). Faculdade de Letras, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011.

SILVA, J. M.; LUQUETTI, E. C. F.; AMARAL, S. C. S. Diferenças e diversidades: a língua como forma de preconceito. *Revista Philologus*, Rio de Janeiro, ano 25, Nº 73. Rio de Janeiro: CIFEFIL, jan./abr.2019.

SOARES, M. *Letramento: um tema em três gêneros*. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

SOUZA, J. *A elite do atraso: da escravidão à lava jato*. Rio de Janeiro: Leya, 2017. SOUZA, J. Jessé Souza explica divisão de classes no Brasil I Identidade Geral. [Entrevista concedida a] Rayler. *Revista Novo Tempo*. Junho, 2018. ROSSI, Amanda. Navios portugueses e brasileiros fizeram mais de 9 mil viagens com africanos escravizados. *BBC News Brasil*, 2018. Disponível em: <bbc.com/portuguese/brasil-45092235>. Acesso em: 10/04/2023.

ANEXOS

AMOSTRA DE 10% DOS CARTAZES COLETADOS EM GOIÂNIA

ANEXO 1: dado n. 41.

PRECISO DE AJUDA PARA ENTERRAR MINHA MÃE

MEU NOME É: ING. KAZI RASEL UDDIN, SOU DE SANTA TERESITA DE CALCUTA ÍNDIA, ANTES DE ONTEM MINHA MÃE MORREU EM UM HOSPITAL NO MEU PAÍS, QUE ESTÁ AGORA NO MORGUE, MINHA PESSOA TRABALHA EM UM RESTAURANTE, ENTÃO NÃO TENHO DINHEIRO SUFICIENTE PARA COBRIR DESPESAS DA MINHA MÃE E ASSIM PODER ENTERRÁ-LA, TRÊS ANOS ANTES DE MEU PAI MORRER, ENTÃO ME DEIXARAM A RESPONSABILIDADE DE MEUS DOIS IRMÃOS MAIS NOVOS, UM TEM 17 ANOS E O OUTRO 15 ANOS, QUE NÃO TRABALHAM PORQUE ELES SE DEDICAM A ESTUDAR, POR ISSO MINHA PESSOA, DEVIDO A TANTO ESFORÇO, CONSEGUIU GANHAR UMA BOLSA EM University of Oxford INGLATERRA, QUE POR TRÊS ANOS ESTUDEI E SOU ENGENHEIRO DE COMPUTADORES DA MICROSOFT, NUNCA ENCONTREI UM TRABALHO COM A MINHA PROFISSÃO, E POR ISSO ORO AO SENHOR JESUS CRISTO PARA PODER ENCONTRAR UM TRABALHO E ASSIM PODER AJUDAR MINHA FAMÍLIA, SR. POR FAVOR, PEÇO AJUDA PARA MINHA MÃE E MEUS IRMÃOS. MUITO OBRIGADO PELA SUA GENEROSIDADE, OBRIGADO POR ISSO.

Fonte: acervo pessoal. Amanda (2022). 5º avenida, setor Leste Vila Nova, Goiânia. (18/03/2022).

ANEXO 2: dado n. 46



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2022). Avenida 85, setor marista, Goiânia.
(15/01/2022).

ANEXO 3: dado n. 13

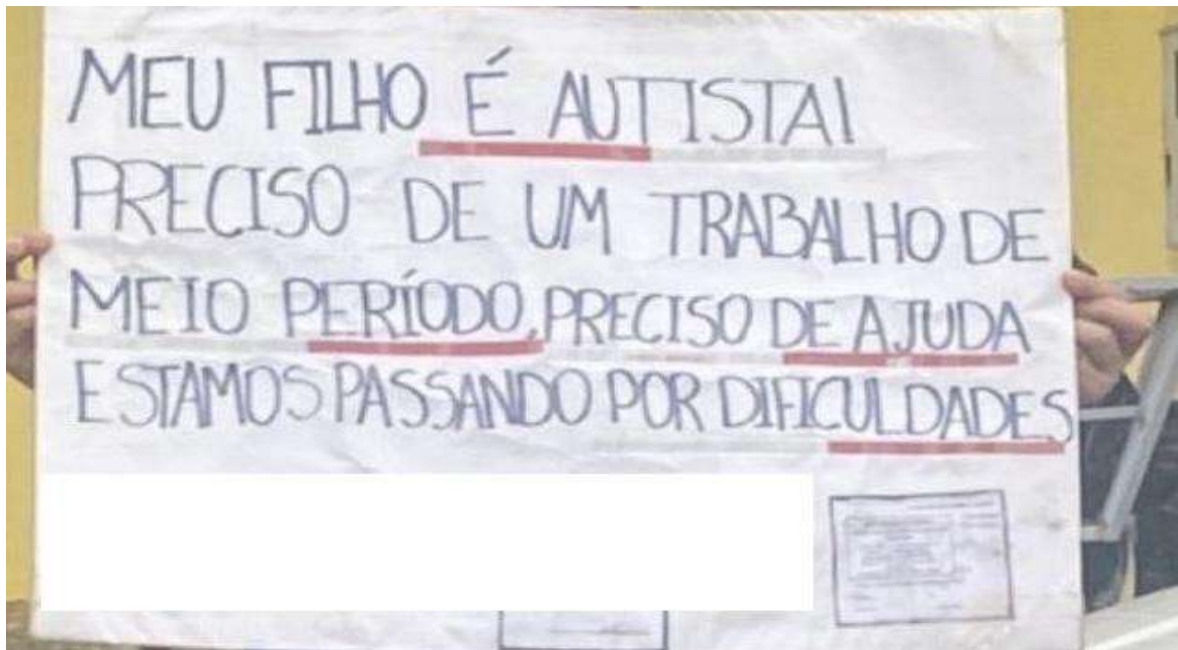


Fonte: acervo pessoal. Amanda (2021). Rua 86 ,Sul.Goiânia. (25/11/2021).

ANEXO 4: dado n. 07



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2021). Avenida Anhanguera, Setor Campinas. Goiânia.



Fonte: acervo pessoal. Amanda (2023). Setor Bueno, Goiânia-GO.(20/01/2023).