

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO ACADÊMICO EM LETRAS**

POLYANA CARVALHO NUNES

**A METONÍMIA CONCEPTUAL COMO ESTRATÉGIA ARGUMENTATIVA EM
CAMPANHAS DE TRÂNSITO MULTIMODAIS**

**TERESINA-PI
2021**

POLYANA CARVALHO NUNES

**A METONÍMIA CONCEPTUAL COMO ESTRATÉGIA ARGUMENTATIVA EM
CAMPANHAS DE TRÂNSITO MULTIMODAIS**

Trabalho apresentado ao Programa do Mestrado Acadêmico em Letras da Universidade Estadual do Piauí - UESPI, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras.

Área de concentração: Linguagem e Cultura.

Linha de Pesquisa: Estudos do texto: produção e recepção.

Orientadora: Profa. Dra. Bárbara Olímpia Ramos de Melo.

TERESINA-PI
2021

N972m Nunes, Polyana Carvalho.
A metonímia conceptual como estratégia argumentativa em campanhas de trânsito multimodais / Polyana Carvalho Nunes. – 2021.

145 f.: il.

Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual do Piauí – UESPI,
Programa de Mestrado Acadêmico em Letras, Teresina – PI, 2021.
“Área de Concentração: Linguagem e Cultura.”
“Orientadora: Profa. Dra. Bárbara Olímpia Ramos de Melo.”

1. Metonímia conceptual. 2. Referenciação. 3. Argumentação.
4. Persuasão. 5. Publicidade. I. Título.

CDD: 469.02



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
COORDENAÇÃO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS



TERMO DE APROVAÇÃO

A METONÍMIA CONCEPTUAL COMO ESTRATÉGIA ARGUMENTATIVA EM CAMPANHAS DE TRÂNSITO MULTIMODAIS.

POLYANA CARVALHO NUNES

Esta dissertação foi defendida às 14:30hs, do dia 28 de Junho de 2021, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras pela Universidade Estadual do Piauí. A candidata apresentou o trabalho para a Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após a deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho APROVADO.

Bárbara Olímpia Ramos de Melo

Professora Dra. Bárbara Olímpia Ramos de Melo – UESPI
Orientadora

Valdinar Custódio Filho

Professor Dr. Valdinar Custódio Filho – UECE
Membro interno

Franklin Oliveira Silva

Professor Dr. Franklin Oliveira Silva – UESPI
Membro externo

Visto da Coordenação:

Bárbara Olímpia Ramos de Melo

Dra. Bárbara Olímpia Ramos de Melo (Matrícula: 147.688-2)
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Letras da UESPI

À minha tia, Auseni Pessoa Nunes, pelo amor,
dedicação e incentivo, que marcaram
profundamente a minha vida e as minhas escolhas.

AGRADECIMENTOS

A Deus, força suprema que me guia, me encoraja e ilumina minhas escolhas.

Aos meus pais, por, desde cedo, reconhecerem a importância da educação em minha vida e me incentivarem a percorrer o caminho que liga o sonho a sua concretização.

À minha querida irmã, Isabel Maria, pelo carinho, amor e torcida incondicional.

À minha querida tia e professora, Auseni Pessoa, meu exemplo de mulher, de profissional e de ser humano. Obrigada por dedicar sua vida ao meu estudo e à minha formação. Devo a você tudo que sou e aquilo que ainda serei. Eu amo você de todo o meu coração e, na vida, você sempre será a minha maior referência!

À professora Dra. Ailma do Nascimento e ao professor Dr. Wellington Borges, pela dedicação e carinho a nós destinados durante as maravilhosas aulas ministradas. Em todo esse período, aprendi muito com vocês.

De modo muito especial e particular, agradeço à professora Dra. Silvana Calixto Lima (*in memoriam*), por ter aceitado meu projeto, submetido ainda na fase de seleção para ingresso no mestrado. Seu “sim” foi um divisor de águas em minha vida e me possibilitou a realização de outros grandes sonhos. Agradeço também pela atenção dispensada, as sugestões detalhadas e os sábios conselhos, dados carinhosamente quando a caminhada se tornou difícil demais. Meu eterno e sincero muito obrigada por tudo!

Ao professor Dr. Pedro Rodrigues Magalhães Neto (*in memoriam*), pela leveza, pelos ensinamentos, pelos “puxões de orelha” e também pelo entusiasmo com o qual recebeu e aceitou orientar meu projeto de dissertação, ainda que por um breve espaço de tempo. Muito obrigada, meu eterno mestre!

Aos professores Dr. Franklin de Oliveira Silva e Dr. Valdinar Custódio Filho, pelo privilégio de ter este trabalho avaliado pelos senhores e por ter contado, em face da qualificação, com suas preciosas sugestões. Obrigada por, diante de tanto conhecimento que possuem, me indicarem o caminho de forma tão humilde e respeitosa. Naquele dia, aprendi para muito além de uma dissertação.

Não tenho palavras para expressar a gratidão, o carinho e a admiração pela professora Dra. Bárbara Olímpia Ramos de Melo, minha querida orientadora nesta jornada. Obrigada por me encorajar e também por assumir “o leme” quando me encontrei prestes a “naufragar”. Sua competência, empatia e carinho foram um bálsamo em minha vida. Obrigada por acreditar neste trabalho e por transmitir a tranquilidade e a confiança necessária para que ele pudesse ser concluído!

Agradeço às amizades conquistadas durante o período do mestrado: Claudilene, Mônica, Eduardo, Rafaelly e Priscila, pois, apesar do nosso pouco convívio, aprendi muito com vocês e guardo com muito carinho as boas lembranças dos momentos que compartilhamos. De modo muito especial, agradeço às amizades que foram o meu maior presente nesta caminhada: Jaqueline Santos, Caroline Bezerra e Francineide Fernandes. Como é bom tê-las em minha vida e saber que minha jornada nunca foi solitária! Obrigada pelas audições, compreensões e, principalmente, por me ampararem quando tudo parecia não fazer mais sentido.

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, pela liberação parcial para este processo de formação. De modo especial, agradeço ao reitor, Paulo Henrique Gomes de Lima, e também aos atuais diretores do *campus* Corrente: Laécio Barros Dias e Cleonice Moreira Lino. Estendo ainda meu agradecimento à Coordenação das Propedêuticas, na pessoa de Anaian Antunes, e à torcida carinhosa que recebi dos demais colegas do *campus*.

À Escola de Ensino Médio Liceu de Tianguá - José Ni Moreira, em especial ao diretor Cosmo da Costa Lima e aos coordenadores, Paola Gomes, Edenilda Nogueira, José Valdenir e Átila Carvalho, pela amizade, incentivo e compreensão no ajuste dos horários das aulas, o que me possibilitou dividir meu tempo entre o mestrado na UESPI e o cumprimento da carga horária semanal no estado do Ceará, até que a minha licença fosse concedida. Obrigada, meus queridos, pois, sem a ajuda de vocês, não teria sido possível. Amplio meu agradecimento a todos os professores, aos grandes amigos que fiz e aos demais servidores da referida instituição de ensino, com os quais compartilhei cinco anos muito felizes da minha vida.

Aos meus alunos e ex-alunos, que me inspiram a aprender sempre mais e a me aperfeiçoar constantemente. Por vocês irei sempre o mais longe que puder!

Por fim, agradeço a todas as demais pessoas que amo e que são meu constante motivo de inspiração e força para acreditar em um mundo melhor. Não haveria laudas suficientes para citar os nomes de todos e a importância que cada um de vocês tem na minha vida. Dedico a todos este trabalho. Muito obrigada!

*A linguagem visível é apenas a ponta do iceberg
da construção invisível de sentido que ocorre à
medida que pensamos e falamos.*

Gilles Fauconnier

RESUMO

Neste trabalho, realizamos, por meio de uma interface entre a Linguística Textual e a Linguística Cognitiva, um estudo da metonímia conceptual via modelos cognitivos idealizados, buscando investigar sua relação com a construção persuasiva de campanhas publicitárias de trânsito. Partimos da hipótese de que, nesse gênero argumentativo, a metonímia conceptual, manifestada em mais de uma semiose, atua como um importante gatilho para a construção persuasiva e que sua evocação não ocorre de modo aleatório. Assim, assumindo como postulado que a metonímia ultrapassa a noção histórica de extensão-referencial, fizemos um levantamento da literatura pertinente aos atuais fundamentos teóricos da Linguística Textual, da Linguística Cognitiva e da Argumentação. Nesse sentido, destacamos a relevância basilar dos apontamentos de Cavalcante e Custódio Filho (2010) e de Cavalcante (2012), para fundamentar a noção de texto na perspectiva sociocognitiva; de Lakoff (1987), Lakoff e Johnson (2002) e Abreu (2008), em suas abordagens da metonímia como um modelo cognitivo conceptual e inferencial; de Lima (2003, 2009), ao tratar da construção da interface textual-cognitiva, contribuindo para o deslocamento teórico da metonímia nos estudos da referênciação, e de Pinto (2010), para subsidiar, por meio da discussão acerca da Argumentação em Gêneros, o quadro para análise de gêneros persuasivos, o qual forneceu as categorias de análise nesta investigação. O *corpus* da pesquisa é composto por dez exemplares de peças publicitárias de trânsito coletadas na plataforma *Facebook* do DETRAN-PI. Revestido de uma natureza qualitativo-analítico-descritiva dos dados, neste estudo, se analisam e interpretam os fatos observados. Desse modo, evidenciamos que a metonímia conceptual, manifestada em diferentes semioses, atua como um gatilho para a construção persuasiva das campanhas publicitárias de trânsito. Ademais, as análises demonstram que as metonímias se encontram intimamente relacionadas com as escolhas enunciativas, sendo que sua evocação nas campanhas constitui estratégia argumentativa com que a instância enunciadora busca persuadir seus interlocutores, mediante uma teia de sentidos de base inferencial que apela aos conhecimentos socioculturais.

Palavras-chave: Metonímia conceptual. Referenciação. Argumentação. Persuasão. Publicidade.

ABSTRACT

In this work, we conducted, through an interface between Textual Linguistics and Cognitive Linguistics, a study of conceptual metonymy, via idealized cognitive models, aiming to investigate their relationship with the persuasive construction of traffic advertising campaigns. Taking into consideration the hypothesis that, in this argumentative genre, conceptual metonymy, manifested in more than one semiosis, acts as an important trigger for persuasive construction and that its evocation does not occur randomly. Thus, assuming, as previously postulated, that metonymy goes beyond the historical notion of referential extension, we searched in the literature regarding the current postulates of Textual Linguistics, Cognitive Linguistics, and Argumentation. From this point of view, we highlighted the basic relevance of the records of Cavalcante (2012) and Cavalcante and Custódio Filho (2010) to underlie the notion of text in the sociocognitive perspective adopted for this research; Lakoff (1987), Lakoff and Johnson (2002), and Abreu (2008) to present the approaches of metonymy as a conceptual and inferential cognitive model; Lima (2003, 2009), addressing the construction of the textual-cognitive interface, contributing for the theoretical displacement of metonymy to the studies of referencing; and Pinto (2010) to subsidize, through the discussion about Argumentation in Genres, the framework for persuasive gender analysis, which provided us with the categories of analysis in this investigation. The corpus of the study consisted of 10 copies of traffic advertisement notes, collected from the Facebook platform of DETRAN-PI. With a qualitative-analytical-descriptive nature of the data, in this study, the observed facts were analyzed and investigated. Thus, we showed that the conceptual metonymy, manifested in different semiosis, acts as a trigger for the persuasive construction of traffic advertising campaigns. In addition, the analyzes demonstrate that metonymies are closely related to the enunciative choices, and their evocation in campaigns constitutes an argumentative strategy with which an enunciating instance seeks to persuade its interlocutors, through a web of meanings with an inferential basis that appeals to sociocultural knowledge.

Keywords: Conceptual metonymy. Referencing, Argumentation. Persuasion, Advertising.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Charge: o vício nas redes sociais.....	69
Figura 2 – Campanha “Álcool e volante: um suicídio”.....	98
Figura 3 – Campanha “Não use celular ao volante”.....	103
Figura 4 – Campanha “No trânsito a escolha é sua. Faça um pacto pela vida”.....	107
Figura 5 – Campanha “A vida é mais frágil sobre duas rodas”.....	112
Figura 6 – Campanha “Não deixe o trânsito mudar sua história. Seja você a mudança no trânsito”.....	116
Figura 7 – Campanha “Bebida e direção. Deixe essa mistura fora da folia”.....	119
Figura 8 – Campanha “Se beber, vá de táxi ou de carona! Folião alegre, folião consciente”.	123
Figura 9 – Campanha “Um pouco de velocidade a mais pode mudar muito o seu destino”...	126
Figura 10 – Campanha “Mais do que uma questão de segurança, exigir o cinto é um ato de amor! ”.....	130
Figura 11 – Campanha “Carnaval sem acidentes. Bebida e direção. Pule fora dessa! ”.....	134

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Lista de relações metonímicas em Rocha Lima (1972)	54
Quadro 2 – Lista de relações metonímicas em Cegalla (2008)	55
Quadro 3 – Categorias de análise para gêneros persuasivos.....	85
Quadro 4 – Subcategorias do componente situacional.....	86
Quadro 5 – Passos metodológicos.....	97

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 O PARADIGMA SOCIOCOGNITIVO.....	17
2.1 O paradigma sociocognitivo e os estudos da linguagem.....	17
2.1.1 Contribuições do paradigma sociocognitivo para a Linguística Textual.....	24
2.1.2 A passagem da noção de referência à de referenciação.....	31
2.2 A integração entre Linguística Textual e Linguística Cognitiva.....	35
2.2.1 A Linguística Textual e seus importantes momentos.....	36
2.2.2 O texto na perspectiva sociocognitiva.....	41
2.3 A Linguística Cognitiva – pressupostos basilares.....	47
2.3.1 Metonímia: do viés tradicional à abordagem cognitiva.....	52
2.3.2 Modelos cognitivos idealizados metonímicos.....	61
2.3.3 Metonímia e referenciação – a construção da interface.....	71
3 ARGUMENTAÇÃO EM GÊNEROS.....	77
3.1 O gênero propaganda e sua face persuasiva.....	77
3.2 Argumentação em gêneros persuasivos.....	82
3.2.1 Argumentação em gêneros – componente situacional.....	87
3.2.2 Argumentação em gêneros – componente estilística.....	89
3.2.3 Argumentação em gêneros – componente enunciativa ampliada.....	91
4 METODOLOGIA E ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS.....	95
4.1 Procedimentos metodológicos.....	95
4.1.1 Constituição do <i>corpus</i>	96
4.1.2 Procedimentos de análise.....	96
4.2 Análise das campanhas publicitárias de trânsito.....	98
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	138
REFERÊNCIAS.....	141

1 INTRODUÇÃO

O legado dos estudos linguísticos confirma que a Linguística se consolidou como ciência no decorrer do século XX, o que se deve, essencialmente, aos postulados de Ferdinand de Saussure, tão essenciais ao desenvolvimento da ciência linguística que se tem hoje e que veio a se constituir como um vasto e importante campo de pesquisa acerca da linguagem. A partir desse marco histórico metodológico e epistemológico (o corte saussuriano), novas ramificações e diferentes perspectivas de estudo tomaram forma, diversificando “o ponto de vista” sobre o objeto de estudo da Linguística.

Em meados dos anos de 1960, desponta como um desses novos ramos nos estudos da linguagem a Linguística Textual, a qual se consolidou como uma importante área de estudo na história da Linguística Moderna, avançando por três importantes e decisivos momentos. Em um primeiro momento, os estudos foram subsidiados por uma perspectiva transfrástica, a qual evidenciava ainda uma aproximação com o estruturalismo, pois as análises partiam da frase para o texto. No segundo momento, com o intuito de resolver questões que as análises no nível da frase deixaram descobertas, elegeu-se o texto como objeto privilegiado de estudo; nesse ínterim, as abordagens voltaram-se para a perspectiva e consolidação de gramáticas textuais. O terceiro momento foi responsável pelos estudos e avanços da Linguística Textual nos últimos 30 anos, tendo como foco principal a ampliação e a rediscussão da concepção de texto que fora postulada e aceita, apesar de muito questionada até então. Essa última fase corresponde aos estudos de base pragmática, enunciativa, discursiva e cognitivista, na qual esta pesquisa se situa, adotando-se, como linha investigativa, uma interface entre a Linguística Textual e a Linguística Cognitiva, em uma perspectiva sociocognitiva (BENTES, 2007).

O tema desta pesquisa é a metonímia conceptual como estratégia argumentativa em campanhas multimodais sobre trânsito. Delimitando o tema, estuda-se a metonímia como um processo cognitivo inferencial e sua relação com a construção argumentativa em campanhas publicitárias de trânsito, a partir dos seguintes questionamentos: quais as contribuições dos processos metonímicos para a construção dos sentidos em textos multimodais? De que modo o contexto sociocultural é resgatado via processo inferencial? Qual relação pode-se estabelecer entre a metonímia e a construção argumentativa em campanhas publicitárias de conscientização no trânsito?

Objetiva-se, pois, investigar, à luz da interface entre a Linguística Textual e a Linguística Cognitiva, a metonímia e sua contribuição, como um processo cognitivo inferencial, para a construção do potencial argumentativo e, consequentemente, para a produção

de sentidos em textos multimodais. De modo mais específico, objetiva-se identificar as metonímias verbais e visuais em textos multimodais, descrever a metonímia como uma atividade cognitiva inferencial atrelada a conhecimentos social e culturalmente compartilhados e correlacionar as escolhas metonímicas com a ativação de gatilhos responsáveis pela construção argumentativa em textos multimodais.

A hipótese que defendemos, a qual sustenta a nossa incursão investigativa, é a de que, nas campanhas publicitárias de trânsito, a metonímia conceptual, manifestada em mais de uma semiose, funciona como um importante gatilho para a construção persuasiva, por acionar uma complexa rede inferencial de alcance sociocultural, portanto sua utilização não ocorre de modo aleatório.

Diante disso, assumimos um postulado que aponta a metonímia conceptual como um mecanismo capaz de ativar uma complexa rede inferencial, responsável por resgatar e/ou ativar conhecimentos socioculturais compartilhados, contribuindo, assim, para a superação da noção histórica relegada a esse fenômeno como um mero recurso objetivo-descritivo. Partindo dessa visão, encontramos, nos trabalhos de Lima (2003, 2009), Santos (2011) e Lima (2014), evidências que contrariam, de forma positiva, a perspectiva de extensão referencial adotada, principalmente, pelas gramáticas tradicionais voltadas ao ensino da língua, a exemplo de Cegalla (2008), Rocha Lima (1972) e Ferreira (2011), que abordam o fenômeno desprovido de ancoragem cognitiva e mapeado apenas em sua materialidade verbal. A observância disso e a constatação da necessidade de pesquisas que relacionem as abordagens cognitivas ao ensino abrem possibilidades para um estudo futuro que tenha por objetivo relacionar o aparato teórico da metonímia conceptual a uma perspectiva de ensino e aplicação que favoreça a ampliação dos horizontes de leitura.

Justificamos a relevância desta pesquisa a partir da constatação de que poucas pesquisas enfatizam a atuação da metonímia conceptual na construção dos sentidos e, diante da ausência de aprofundamento de pesquisas acerca dos processos metonímicos e sua relação com a multimodalidade, encontramos a possibilidade de investigar a relação entre a metonímia conceptual e argumentação em textos multimodais de modo a propiciar contribuições que visem a alargar a percepção do fenômeno no âmbito da Linguística Textual.

Este estudo, embora reivindique um olhar mais detalhado e minucioso para os fenômenos metonímicos, não tem a pretensão de obscurecer a dimensão do fenômeno metafórico, tampouco dissociar a metáfora da metonímia. Busca-se, inclusive, evidenciar que muitas construções metafóricas se constroem com o apoio da metonímia cognitiva como

fenômeno de base, conforme comprovam os estudos empreendidos por Lima (2003, 2009) no tocante aos processos que envolvem o fenômeno da recategorização.

Esta pesquisa, portanto, dá uma ênfase maior à análise dos fenômenos metonímicos à luz do sociocognitivismo, explorando essa figura historicamente coadjuvante, de modo a ressaltar a sua importância nos movimentos interpretativos do receptor, sem desconsiderar a metáfora como uma rica e importante fonte possibilitadora de argumentação e recategorização.

Para a fundamentação teórica, recorreu-se a um levantamento da literatura nos campos da Linguística Textual, da Linguística Cognitiva, da Multimodalidade e da Argumentação: os estudos de Salomão (1999), para explicar a importância do paradigma sociocognitivo; de Cavalcante e Custódio Filho (2010) e Cavalcante (2012), para fundamentar a noção de texto na perspectiva sociocognitiva; de Lakoff e Johnson ([1996] 2002) e Abreu (2008), para apresentar as abordagens da metonímia como um modelo cognitivo conceptual e inferencial; de Lima (2003, 2009), para fundamentar a construção da interface textual-cognitiva; de Lakoff (1987), por instaurar a perspectiva semântica para o estudo da metonímia como um modelo cognitivo idealizado, e de Pinto (2010), para fundamentar a discussão acerca da argumentação em gêneros, fornecendo ainda as categorias de análise para a apreciação do fenômeno e sua relação com a construção do potencial persuasivo. Ressaltamos, nesse contexto, a importância do aporte teórico da Argumentação proposta por Pinto (2010) por apresentar as discussões mais atuais e configurar-se como uma das produções mais recentes dos estudos da argumentação em Linguística Textual.

O *corpus* desta pesquisa é constituído por 10 (dez) exemplares de campanhas de trânsito coletados diretamente da rede social *Facebook* de um importante órgão fiscalizador de trânsito – o DETRAN-PI. Os critérios de seleção foram os seguintes: o fator temporal demarcado pelos últimos 9 anos; a presença de metonímias nos exemplares e o fato de as campanhas apresentarem metonímias manifestadas em mais de uma semiose.

Como procedimentos de análise, adotamos o quadro para análise de gêneros persuasivos elaborado por Pinto (2010), aplicando a *categoria situacional* para situar o gênero, identificar seu propósito comunicativo e destacar o papel das instâncias interlocutivas, além da relevância do lugar e época de circulação no que tange à construção argumentativa, considerando aspectos que permeiam a dimensão contextual das campanhas; a categoria *componente estilística*, que guiou a análise da tessitura microlinguística, identificando-se e descrevendo-se a atuação das metonímias conceptuais na ativação de redes inferenciais que atuam como um importante gatilho para a construção persuasiva da campanha de trânsito multimodal; e a categoria *componente enunciativa ampliada*, com a qual se evidencia que as metonímias atuam nas peças

publicitárias de trânsito como um mecanismo cognitivo e inferencial marcado por escolhas enunciativas intencionais que reforçam, mediante o apelo à emoção ou ao caráter do interlocutor, a face persuasiva desse gênero multimodal.

Este trabalho encontra-se organizado em quatro capítulos; o primeiro, destinado à introdução e apresentação geral do trabalho, os dois seguintes destinados à fundamentação teórica e outro destinado à metodologia do trabalho científico e análise do *corpus* selecionado, seguido das Considerações Finais.

O primeiro capítulo, intitulado “O paradigma sociocognitivo”, apresenta uma abordagem da consolidação de uma perspectiva que prevê, nos estudos da linguagem, uma relação indissociável entre o indivíduo e o mundo que o cerca. Apresentam-se as contribuições dessa filiação teórica no âmbito dos estudos da Linguística Textual, em especial, do campo da referenciação. Ainda, expõe-se, por meio de uma integração entre duas grandes linhas investigativas, a Linguística Textual e a Linguística Cognitiva, um breve levantamento teórico desde a consolidação dessas duas vertentes até os postulados mais recentes, que adotam a noção de texto inserida na perspectiva sociocognitiva. Tais abordagens foram fundamentais para a compreensão do fenômeno investigado: a metonímia como um modo de referir o mundo. Nesse sentido, são rediscutidos e atualizados os estudos acerca do modo de referir os objetos do mundo, enfatizando o caráter instável das categorias manifestadas no discurso.

Nessa perspectiva, como base da cognição humana, situamos as metáforas e metonímias, as quais se tornam perceptíveis graças a sua estruturação em modelos cognitivos idealizados, que apresentam particularidades específicas. A fim de demonstrar que nem sempre a metonímia foi concebida pela ótica cognitivista, apresentamos uma abordagem a partir de sua concepção como um objeto retórico e estilístico até sua percepção como um modelo conceptual inferencial, para chegar, enfim, à perspectiva adotada neste estudo, em que se relacionam metonímias a um processo cognitivo inferencial capaz de atuar na construção argumentativa, manifestando-se, inclusive, para além do verbal, em textos multimodais.

O segundo capítulo traz a discussão acerca da argumentação em gêneros persuasivos, perspectiva teórica robusta e inovadora proposta por Pinto (2010), que busca, por meio de categorias embasadas em diversas correntes linguísticas, analisar a construção persuasiva em textos multimodais. Nesse capítulo, fazemos uma breve discussão acerca do gênero textual estudado: as campanhas publicitárias de trânsito e sua relação com a multimodalidade e a persuasão. Também tratamos de algumas contribuições da Linguística de Gêneros para os estudos da argumentação em gêneros persuasivos. Ademais, abordamos a relação entre gêneros textuais e tecnologia, demonstrando que a presença cada vez mais constante da

multimodalidade reivindica novos formatos de leitura, uma vez que é imperativo que se saiba ler essa multiplicidade semiótica do mundo. Essa abordagem é o ponto de partida para que se perceba a necessidade de uma mudança de comportamento e posicionamento perante os textos, em especial, aqueles em que há mesclas significativas de semioses, manifestadas tanto no plano verbal quanto no visual, a exemplo das campanhas de trânsito, objeto desta investigação.

No terceiro capítulo, apresentamos a metodologia, descrevendo os procedimentos adotados para a seleção e análise dos dados, seguido das análises das campanhas sustentadas pela concepção de que a metonímia conceptual funciona como um importante gatilho para a construção argumentativa em campanhas de trânsito multimodais.

Por fim, expomos os resultados encontrados ao longo das análises, atestando, como resposta à investigação, que a metonímia conceptual, manifestada tanto pela semiose verbal quanto pelo visual, atua como uma importante e intencional estratégia argumentativa para a construção da face persuasiva das campanhas publicitárias de trânsito.

2 O PARADIGMA SOCIOCognITIVO

Neste capítulo, apresenta-se o paradigma sociocognitivo e demonstra-se a sua importância para a constituição de uma promissora e importante agenda nos estudos da linguagem. Para tanto, versa-se sobre aspectos que oscilam desde a sua consolidação até a sua filiação à Linguística Textual, enfatizando o caráter decisivo da passagem da noção de referência aos estudos da referenciação e sua importância para os desdobramentos dos estudos linguísticos atuais, inclusive, no que tange ao foco da perspectiva na qual esta pesquisa se assenta.

2.1 O paradigma sociocognitivo e os estudos da linguagem

A consolidação da Linguística Textual como uma importante, rica e promissora área nos estudos da linguagem fortaleceu o empenho de muitos estudiosos que tinham como propósito maior contribuir para o alargamento desse campo investigativo. Assim, essa vertente dos estudos linguísticos vem aos poucos constituindo-se como um importante e não estanque instrumento teórico e de caráter investigativo acerca da linguagem. Em razão disso, apresenta um considerável volume de estudos sob múltiplas abordagens.

Tomando por base essas considerações iniciais, discorremos sobre alguns postulados firmados e revisitados ao longo da consolidação da linguagem como objeto de estudo, procurando refletir sobre as reformulações e avanços, até chegarmos aos estudos linguísticos mais recentes. Iniciamos a abordagem pelo texto de Salomão (1999), intitulado “A questão da construção de sentidos e a revisão dos estudos da linguagem”, no qual a autora propõe uma reflexão sobre importantes momentos nos quais linguistas das mais variadas vertentes estabeleceram decisivos parâmetros na busca pela compreensão da linguagem e sua relação com a significação e, consequentemente, com a produção de sentidos.

A autora traça um panorama evolutivo desses estudos e tece, inicialmente, considerações de cunho crítico e analítico acerca do Estruturalismo, pontuando as contribuições e, ao mesmo tempo, o paradoxo evidenciado em Saussure ao sucumbir “ao peso de 2.500 anos de tradição de **estudo da linguagem como escrita**, dimensão simbólica reificada e alienada de suas condições de produção para eleger como ponto de vista privilegiado **o tratamento da linguagem como sistema**, dentro do qual tudo se sustenta” (SALOMÃO, 1999, p. 62, grifos da autora). A pesquisadora questiona a ampliação do estudo da língua subsidiado por um modelo teórico que a concebe como estruturada em um sistema lógico-formal, que, como tal, poderia ser estudado.

Apesar de esse paradigma ser reconhecido como uma “marca registrada do estruturalismo” e angariar significativas contribuições, o fato de as análises recaírem sobre o significante, em um minucioso trabalho de segmentá-lo em unidades cada vez menores dotadas de significação, foi responsável por reduzir sua dimensão a meras propriedades combinatórias e distribucionais. À época, o custo dessa visão aos estudos linguísticos foi “**a exclusão do sujeito** como usuário “voluntarioso” da linguagem; na verdade, é parte do espólio interdisciplinar do estruturalismo o orgulho intelectual de ter promovido a desconstrução do “sujeito”, só reconhecível como dimensão inconsciente” (SALOMÃO, 1999, p. 62, grifo da autora).

A autora explica que, ao levar adiante a concepção de linguagem como sistema autossuficiente (no qual o sujeito não interfere), subsidiada principalmente pela tese de base sociológica de linguagem como uma instituição social, proposta por Émile Durkheim, Saussure (1916) desconsiderou a perspectiva discursiva da linguagem e reforçou, ainda mais, seu caráter sistemático, servindo de reforço à tese sociológica durkheimiana de que os fenômenos sociais seriam coisas e como tais deveriam ser tratados.

Além de Saussure, Gottlob Frege (1978) também contribuiu significativamente para a exclusão da dimensão discursiva da significação, eliminando do território dos estudos semânticos qualquer aspecto de cunho subjetivista. Influenciado pelos estudos no campo da lógica, da linguagem natural e principalmente da Filosofia, Frege (1978) entendia a linguagem como uma relação direta (espelhada) entre os objetos e o mundo e, nesse sentido, a forma como ele concebia o referente centrava-se no produto final, e não no processo. Isso explica, portanto, o princípio da exclusão da mente, enquanto entidade corporificada, durante muito tempo, na relação com a produção de sentidos.

De acordo com Salomão (1999), Saussure, Frege e Durkheim constituem, na primeira metade do século XX, o importante triângulo sobre o qual se assentaram os dois importantes eixos de trabalho de base estruturalista: o foco no significante e o estudo do significado como correspondência direta entre as formas e a realidade designada. Para Salomão (1999, p. 63), o trato do significado como coisa foi responsável por reduzir a linguagem a “um repositório de formas e procedimentos autônomos, instanciáveis, nas situações concretas de uso, como estruturas pré-disponíveis”.

Esse modelo encontrou nos estudos empreendidos por Noam Chomsky e, posteriormente, por seus adeptos, muitos questionamentos, abrindo caminhos, a partir de um profundo deslocamento teórico, para uma agenda de base cognitivista, segundo a qual

[...] a geração das formas seria tratada como **capacidade** (virtualmente ilimitada) **do sujeito**; além disso, tratamentos cerrados no significante (nas “estruturas superficiais”) passam a ser alvo de crítica, uma vez que relações essenciais à descrição dos fatos sintáticos são abstratas e somente representáveis em níveis de análise que transformam o significante (SALOMÃO, 1999, p. 63, grifos da autora).

A essa nova proposta é atribuída uma reformulação no campo dos estudos que se dedicavam à compreensão do funcionamento da língua, sendo que “a vinculação entre a **analisabilidade da linguagem** e a **possibilidade de criação** pelo sujeito garantiu, potencialmente, uma importante reorientação da agenda da linguística” (SALOMÃO, 1999, p. 64, grifos da autora). Todavia, o reconhecimento do sujeito cognitivo nos estudos da linguagem não se mostrou suficiente para superar a tradição da linguagem como um **sistema social desencarnado**, tendo em vista os estudos empreendidos por Saussure, Frege e Durkheim. Mais que isso, essa tradição encontrou reforço em Noam Chomsky, que a percebeu como “capacidade-de-ação de um sujeito também desencarnado da sociedade ou do contexto em que atua” (SALOMÃO, 1999, p. 63).

Assim, as duas premissas postas por Chomsky, ao desconsiderarem o sujeito e a construção de conceitos baseados na experiência, limitaram-se à formulação de uma sintaxe gerativa que se manteve aliada a teorias formalistas que floresceram, sobretudo, sob a égide fregeana (SALOMÃO, 1999).

É, pois, com a mudança do ponto de vista que se cria um novo objeto de estudo das pesquisas em Linguística. Dizendo de outro modo, é a partir do momento em que os estudos passam a se concentrar na investigação do fenômeno da significação, e não mais em perspectivas acerca do significado ou do significante como itens isolados e modularizados no processo comunicativo, que ocorre, segundo Salomão (1999), a ruptura necessária com os modelos formalistas e cai por terra, para algumas correntes linguísticas que se distanciam da orientação gerativista, “a tese da **exclusão do sujeito**, cultivada pelos estruturalismos de todos os matizes, como a tese gerativa da **exclusividade do sujeito cognitivo**, enobrecida pela reflexão platônico-cartesiana” (SALOMÃO, 1999, p. 64, grifos da autora).

Nesse contexto, as semânticas construcionistas apontaram, como alternativa para superar as dicotomias desencadeadas no campo teórico do Estruturalismo e do Gerativismo, um postulado que percebia a linguagem como

operadora da conceptualização socialmente localizada através da atuação de um sujeito cognitivo, **em situação comunicativa real**, que produz significados como **construções mentais**, a serem sancionadas no fluxo interativo. Em outras palavras, a hipótese-guia é que o sinal linguístico (em concomitância com outros sinais) guia o processo de significação diretamente no contexto de uso. Pela sua ênfase equilibrada em todas as fontes de conhecimento disponíveis (gramática, esquemas conceptuais,

molduras comunicativas), esta **hipótese** denomina-se **sócio-cognitiva**. (SALOMÃO, 1999, p.63-64, grifos da autora).

Salomão (1999) destaca, na esteira de Fauconnier (1997), que, ao serem eleitos os processos de produção de sentidos e, em caráter secundário, os componentes estruturais e a predição sobre a formulação das sentenças ou sequências, não se busca apagar a importância dos estudos anteriores, mas abrir espaço para o empreendimento de abordagens que, em caráter inclusive paralelo, evidenciam as multiplicidades dos processos de produção de sentidos que envolvem um sujeito cognitivo e social podendo, portanto, por meio do aparato discursivo, ser percebido como um sujeito capaz de operar em uma dada situação comunicativa, produzindo e recuperando significados, através também de construções mentais desenvolvidas e interpretadas durante o fluxo interativo, estas permeadas por intenções e tensões imanentes do processo comunicativo.

Ademais, ao possibilitar investigações que envolviam aspectos de ordem semântica e pragmática em contextos comunicacionais, sob a ótica sociocognitiva, tornou-se possível a abertura para um trabalho analítico voltado às construções que envolviam a multiplicidade de mapeamentos, esquemas conceituais, molduras comunicativas, frames, dentre outros fatores subjacentes ao repertório linguístico e à atuação cognitiva dos interactantes.

Salomão (1999) enfatiza a função primeira da linguagem, com a qual as pessoas elaboram versões sobre si e sobre o mundo, expressam sentimentos, provocam reações, planejam, pensam, agem, persuadem, dentre tantas outras possibilidades. A partir disso, concebê-la apenas como um conjunto modular de sequências arbitrárias mediadas por símbolos ou como um vasto repertório sistemático de formas é reduzir demasiadamente a sua função maior. Os questionamentos, tomando por base o supracitado, deveriam, pois, se concentrar em questões mais abrangentes a exemplo de

- (i) qual a específica contribuição do sinal linguístico (léxico e gramática) para a construção do sentido? (ii) qual a contribuição a esta tarefa das semioses concorrentes (vocalização, postura corporal, expressão facial, disposição espacial dos falantes)? (iii) qual a contribuição das outras bases de conhecimento acessíveis e atualizáveis (modelos cognitivos idealizados, moldura comunicativa instanciada, informação contextual focalizada)? (iv) como o processo da interlocução interfere na seleção das semioses mobilizadas e na negociação das interpretações relevantes? (v) que princípios cognitivos presidem a estes processos de produção, transferência e difusão de informação entre os diversos domínios conceptuais? (SALOMÃO, 1999, p. 65).

A Linguística Cognitiva, de base majoritariamente californiana, tem empreendido, embora por diferentes enfoques, um alargamento das investigações acerca dos questionamentos acima mencionados. No âmbito dos estudos da linguagem, tem-se defendido a tese da atuação

da linguagem como um instrumento cognitivo capaz de acionar “um conjunto de princípios aparentemente simples, gerais e limitados operativos sobre base de conhecimentos subjacentes na memória, ou presentes como contexto, na situação comunicativa” (SALOMÃO, 1999, p. 65).

Na base desses estudos, encontram-se Langacker, Turner, Fauconnier, Lakoff, Sweetser, Fillmore, dentre outros, que se dedicam a pesquisar os aspectos cognitivos e a geração de inferências. Reiteramos que interessam a esta pesquisa, sendo objeto de uma seção específica, os trabalhos desenvolvidos por George Lakoff no campo da Semântica Cognitiva e, de modo mais específico, os modelos cognitivos idealizados. Assim, retomando a discussão proposta nesta seção, percebemos que o compromisso desses cognitivistas somados aos “estudos sobre a interação verbal, tanto os de extração goffmaniana como os desenvolvidos sob a liderança intelectual de John Gumperz” abriram espaço para a formulação de três premissas básicas que sustentam atualmente os estudos da linguagem e os circunscrevem em uma perspectiva sociocognitiva (SALOMÃO, 1999, p. 66).

A primeira delas trata do princípio da escassez do significante, segundo a qual a escassez de uma forma linguística manifesta-se na subdeterminação do significado pelo significante, ou seja, não são as propriedades formais das palavras que as tornam portadoras de sentido. Isso significa que elas não podem ser vistas como “armazéns de conceitos”, posto que a alteração do contexto e a sinalização de pistas contextuais dinamizam o processo e esvaziam seus sentidos. Segundo a autora, é necessário considerar

a concorrência da **semiose linguística clássica** (expressão gramatical e lexical) **com as outras semioses** que a elas se agregam (desde o contorno prosódico – que é, ainda, informação indiscutivelmente linguística – até condições mais independentes: a expressão do rosto, o direcionamento do olhar, o dar de ombros, a aproximação ou afastamento do corpo). Como tratar, por exemplo, o discurso irônico enunciado oralmente, feita a abstração da voz e do gesto? Como tratar, de outra parte, o discurso escrito, desconsiderando convenções genéricas, molduras comunicativas, informações contextualmente relevantes? Em qualquer caso, **a pista léxico-sintática precisaria ser enriquecida** para a eficaz construção do sentido (SALOMÃO, 1999, p. 67, grifos da autora).

A autora explica que aquilo que parece excepcional, ou seja, o extralingüístico, instala-se no próprio coração do processo de interpretação da linguagem e vem a preencher lacunas deixadas pela escassez do significante, uma vez que o significado não pode ser compreendido como estável e único.

Turner (1996) é citado por Salomão (1999) para reforçar essa construção teórica, pois os dois pesquisadores concordam que os conceitos não são pacotes estáveis e imutáveis de

sentido, adquirindo significados mediante atividade dinâmica, interativa e interpretativa, a depender dos propósitos e do grau de conhecimento dos interactantes sobre a situação comunicativa, podendo, inclusive, apresentar significativas instabilidades e flutuações de sentido.

Por meio de variadas exemplificações, Salomão (1999) considera, a partir de novas perspectivas de análises, a manifestação de convenções genéricas, molduras comunicativas, informações contextualmente relevantes, postulando que, em qualquer situação de comunicação, a pista léxico-sintática atua de forma conjunta com esses aspectos para que ocorra uma eficaz construção de sentido, pois o significado não reside, de forma estanque, em parte alguma, mas se (re)constitui na e pela linguagem.

A semiologização do contexto surge como a segunda premissa proposta por Salomão (1999), manifestando-se a partir do princípio do “dinamismo contextual” e estabelecendo correlação com a premissa acerca da escassez do significante. A pesquisadora destaca dois motivos que ela considera essenciais: em primeiro plano, defende que é comum, principalmente nos estudos de base funcionalista, o contexto ser tratado como conjunto orgânico, ou não, de variáveis estáticas e tipicamente não linguísticas; em segundo lugar, quando se trata de contexto, é necessário aduzir a noção de foco, ou de enquadramento, para que, de forma produtiva, se possa lidar com a interatividade entre as diversas semioses. Perceptivelmente, essa abordagem repudia a distinção entre linguagem e contexto como polaridades estanques.

Mais útil será distinguir entre **instruções verbais** para construir configurações cognitivas e **outras instruções semiológicas**, variavelmente focadas, e que tanto podem corresponder a suposições integráveis ao senso comum ou informações específicas no chão da interação. Em todo caso, em uma e em outra situação, tratamos de **instruções, pistas, sinais**, que podem ou não ocupar o centro da atenção comunicativa. É um truismo reconhecer que a **linguagem verbal seja contexto da linguagem verbal**, como verificará inescapavelmente quem estiver procedendo à leitura deste projeto (SALOMÃO, 1999, p. 69, grifos da autora).

Nos trabalhos de Kendon (1992) acerca dos planos interativos, a autora encontra a possibilidade de estudar a complexa relação estabelecida, em tempo real, entre os variáveis fluxos de atenção convocados pelas diversas semioses, ressaltando, ainda, a importância de revisitar as anáforas sem antecedente textual explícito ou anáforas esquemáticas, cujos estudos de base foram propostos por Marcuschi (2002). Os questionamentos sobre onde termina a linguagem e começa o contexto, por exemplo, abrem caminho para uma percepção de mundo em termos de conceptualização e, portanto, de espaço para

uma continuidade essencial entre **linguagem, conhecimento e realidade** que não as reduz entre si, mas as redefine em sua fragmentária identidade (como **realidade**, ou como **conhecimento**, ou como **linguagem**), segundo as necessidades locais da interação humana. Assim, a “realidade” pode ser **focalizada** como “conhecimento” (obviamente, não há conhecimento que recubra, ou substitua, a realidade) (SALOMÃO, 1999, p. 71, grifos da autora).

A autora apresenta, como decorrência necessária das duas primeiras, a terceira premissa, intitulada como o drama das representações, postulando “que interpretar é representar, no sentido dramático de representação” (SALOMÃO, 1999, p. 71). Tomando por base essa premissa, se enfatizam dois pontos importantes:

Em primeiro lugar, **fazer sentido** (ou **interpretar**) é necessariamente uma operação social na medida em que o sujeito nunca constrói o sentido-em-si, mas sempre para alguém (ainda que este alguém seja si mesmo). Construir sentido, como já ilustramos, implica em assumir **determinada perspectiva sobre uma cena**, perspectiva que é também mutável no próprio curso da **encenação**. Segundo ponto que destacaremos é que **toda experiência social é, por sua vez, semantizante**: só é possível atuar na **cena social** (de caráter micro ou macro), investindo-a de sentido, seja com base em **conhecimento consensualizado** (o MCI da interação), disponível como **norma de conduta**, ou por conta da **motivação singular** de realizar objetivos localmente relevantes. (SALOMÃO, 1999, p. 71, grifos da autora).

Considerar que toda experiência social é também semantizante e que, desse modo, é possível que atuemos em uma cena social investindo-a de sentido, com base em conhecimento consensualizado ou na motivação singular de realizar objetivos localmente relevantes, nos permite acrescentar que interpretar/representar é produzir conhecimento socialmente útil, pois este se estabelece num consenso compartilhável de um encontro determinado. Assim, a interpretação passa a ser prática interativa, tão social quanto a própria linguagem.

Ao referir-se à terceira premissa, Salomão (1999) pontua a necessidade de elucidar a instância metafísica, seja pelo viés realista, segundo o qual a existência de um mundo independe do sujeito, seja pela análise construcionista, a qual prevê o contrário: a realidade se manifesta como experiência do sujeito. Indagando-se sobre a possibilidade de falar de objetividade, a autora recorre a três principais metafísicas concorrentes: a aristotélica, a platônica e a kantiana. Conforme a metafísica aristotélica, a realidade está organizada em “classes naturais” que a linguagem recobre, assim a objetividade está garantida pela exclusão do sujeito. No que diz respeito à metafísica platônica, a objetividade prescinde do mundo e manifesta-se pela exclusividade do sujeito. Já para a metafísica kantiana, a objetividade está associada à universalização do sujeito, havendo esquemas básicos que servem à experiência do mundo e à produção de juízos.

Considerando essas três abordagens metafísicas que se diferenciam entre si, segundo Salomão (1999), é possível perceber que a abordagem kantiana é a única a se colocar a serviço da mediação entre as outras duas, pois não descarta de todo o sujeito, porém esbarra na concepção de atribuir apenas a ele o único sítio de produção de conhecimento. Isso demonstra a ênfase da proposição de uma outra metafísica (SALOMÃO, 1999, p.73).

Ao final do seu percurso pelos estudos da linguagem, a autora destaca a importância de se eleger o estudo da construção do sentido como foco central de um compromisso cognitivista, visto que “A capacidade da linguagem, herança da espécie, permite a produção de infinitas **representações**, através das quais os sujeitos se conhecem e se dão a conhecer, ajustam a situação em que se encontram a conhecimentos previamente acumulados, e criam novos conhecimentos.” (SALOMÃO, 1999, p. 75, grifo da autora).

Tomando por base o paradigma sociocognitivo, que comprehende a linguagem como uma rica faceta de construtos e significados, situamos esta pesquisa nesse postulado, que valoriza o entendimento do sujeito como um ser cognitivo e social, que estabelece movimentos interpretativos na busca por coconstruir sentidos no seio dos eventos comunicativos. É com base nessa visão que advogamos a necessidade de compreender a metonímia como uma fonte conceptual rica que possibilita formas de ler o mundo, carregando em si a instabilidade constitutiva dos significados a serem construídos no curso da interação.

2.1.1 Contribuições do paradigma sociocognitivo para a Linguística Textual

A visão sociocognitiva, empreendida atualmente nos estudos da Linguística Textual, mantém, de certo modo, uma relação com as ciências cognitivas e com o redimensionamento da concepção clássica de cognição. Assim, embora o foco desta seção seja o sociocognitivismo, não poderíamos deixar de mencionar, ainda que de forma breve, a importância das divergências no campo das ciências cognitivas, pois marcam o nascedouro da perspectiva assumida por esta pesquisa. Ademais, acreditamos ser de suma importância destacar o que vem a ser esse postulado teórico e suas principais contribuições para a agenda atual da Linguística de Texto.

Inicialmente, podemos afirmar, de acordo com Koch e Cunha-Lima (2011), que a relação entre linguagem e mundo não é uma questão nova, tampouco exclusiva das ciências linguísticas. Ela motivou o interesse de uma porção significativa de estudiosos pertencentes a outras grandes áreas, a exemplo da Psicologia, Filosofia, Neurociências, Antropologia, o que, de um lado, provocou muitas divergências teóricas, mas, de outro, trouxe valorosas contribuições, principalmente, para os estudos linguísticos.

Oriundas de uma forte tendência reacionária ao behaviorismo, corrente que considerava a mente e seus estados como inacessíveis aos estudos científicos, as ciências cognitivas propõem, inicialmente, uma investigação da mente e dos processos inteligentes, pautando-se na natureza do raciocínio lógico-matemático e considerando a possibilidade de se estudarem os mecanismos de funcionamento da mente por meio de aparato científico.

Esses estudos, empreendidos *a priori* pelos cognitivistas clássicos, partiam da investigação acerca do modo como se estrutura o conhecimento e dos princípios que regem o funcionamento da mente humana. Os pesquisadores concebiam a linguagem como modularizada, compartimentada, atuando de forma semelhante ao processamento computacional, assim, no que concerne à relação entre cognição e vida social, os cognitivistas clássicos confirmam a existência dessa correlação, mas não a consideram relevante para a construção de uma teoria da cognição (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011).

Embora os estudos de base cognitivista, desde sua origem, apontassem para a necessidade da investigação da cognição também por uma perspectiva social, os cognitivistas clássicos ignoraram esse aspecto e estabeleceram como premissas básicas a busca por respostas aos seguintes questionamentos:

como o pensamento está organizado e estruturado na mente? Como a memória se organiza? Como a mente se estrutura, ela é dividida em partes independentes que se coordenam ou existem conexão entre todas as partes? Qual a origem dos nossos conhecimentos, são eles inatos ou derivam da experiência? (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011, p. 252).

O foco dimensionado pela busca de respostas para essas questões sinaliza para o fato de que esse grupo de pesquisadores, na tentativa de compreender e explicar o funcionamento da mente, não consideram, em suas análises, o caráter social e externo da linguagem e, consequentemente, não focalizam a correlação desses fatores com os processamentos mentais.

No campo das ciências cognitivas, a noção de mente descorporificada e computacional tornava-se cada vez mais evidente, e muitos foram os cognitivistas que assumiram esse postulado. De um lado, eles se preocupam fundamentalmente “com aspectos internos, mentais, individuais, inatos e universais do processamento linguístico” (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011, p. 254) e, por outro lado, “um grupo (que não se pode reunir sob um único nome, mas que reúne sociolinguísticas, etnolinguísticas, analistas do discurso, pragmaticistas, entre outros” (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011, p. 254) centravam suas investigações em aspectos situados no campo externo, social e histórico da linguagem. Na concepção desses últimos, fatores de ordem biológica ou individual pouco influenciavam na percepção de como a língua funciona e, nesse

sentido, a língua podia ser entendida como “um fenômeno apenas social que ‘se apossa’ do indivíduo, ou melhor, que, por intermédio dele, fala”. (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011, p. 254).

Koch e Cunha Lima (2011) ressaltam que, nessa perspectiva clássica dos estudos da cognição, os pesquisadores buscavam estabelecer distinções entre os processos que aconteceriam no interior da mente daqueles que ocorreriam fora dela, como se fosse possível, na visão deles, definir fronteiras entre o que era inerente à mente e o que lhe era exterior. Na concepção desses estudiosos,

o conhecimento estaria fora do corpo e das experiências, bastando apenas serem apreendidos e assimilados, de forma passiva, face a uma situação necessária à interação com estes fatores. Um dos pressupostos dessa linha de raciocínio é a existência de uma fronteira nítida entre os processos internos, individuais e mentais, de um lado, e as coisas do mundo, os fenômenos externos, acessados pela percepção, do outro. Todas as respostas procuravam explicar como as coisas que estavam “fora” conseguiram “entrar” na mente, e se essas coisas que estavam fora entraram na mente na sua forma verdadeira, real. Cabe aqui uma parada para observar que a mente e o corpo, nessa perspectiva, são considerados duas naturezas absolutamente distintas (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011, p. 258).

Desse modo, cabia ao cognitivismo clássico “explicar como os conhecimentos que um indivíduo possui estão estruturados em sua mente e como eles são acionados para resolver problemas postos pelo ambiente” (KOCH, 2018, p. 41). O ambiente, por essa perspectiva, podia ser analisado e representado no interior da mente humana como se fosse uma fonte de informação, assim, “entender a relação entre cognição e cultura, seria, portanto, entender que conhecimentos os indivíduos devem ter para agir adequadamente dentro da sua cultura” (KOCH, 2018, p. 41). Ainda sob esse viés, “a cultura e a vida social seriam parte deste ambiente e exigiriam a representação na memória de conhecimentos especificamente culturais” (KOCH, 2018, p. 41).

Observa-se que, mesmo sendo nítido que muitas capacidades cognitivas “tivessem uma dimensão social óbvia”, e, de modo análogo, “as questões que envolviam a linguagem” também estivessem ligadas a aspectos sociais, estes foram, por inúmeras vezes, colocados em lados opostos, numa disputa bastante acirrada” (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011, p. 253). Essa compreensão clássica de cognição deu suporte ao entendimento de que a mente operava de forma simbólica, estabelecendo-se, portanto, uma relação de equivalência direta entre o mundo e as coisas que dele são tomadas como representações por meio de símbolos. Essa percepção não considerava que as experiências e conhecimentos de mundo de um indivíduo brotavam da sua relação com ele.

Koch (2018), na esteira de Koch e Lima (2004), destaca, contrariando os cognitivistas clássicos, que não é uma tarefa simples delimitar, nem tampouco afirmar em quais momentos

a cognição está situada dentro ou fora da nossa mente, pois essa integração ocorre por meio de uma inter-relação complexa, sendo que, para tanto, torna-se imperativa a compreensão de que a interação é a base da comunicação humana, porque é por meio dela que os eventos linguísticos se efetivam, não na individualidade de cada ser, mas na coletividade, no compartilhamento dos conhecimentos que se entrelaçam construindo mais significados. Para Koch (2018), o que difere, na verdade, ações conjuntas de ações individuais não é a quantidade de pessoas envolvidas, mas a qualidade da ação desenvolvida, pois, nesse contexto, a importância é atribuída à presença e ao grau de envolvimento dos participantes no processo interativo. Desse contexto de interação e experiências advindos da coletividade, acolhemos a visão de Koch (2018), visto que nossas práticas de linguagem não ocorrem de forma isolada, descontextualizada; ao contrário, se efetivam na e pela coletividade e, ao realizá-las, estamos, ao mesmo tempo, inseridos em um contexto situacional que pode e deve suscitar outras reações, mediações, intervenções, a depender de com quem se efetiva esse ato comunicativo.

Mesmo com as evidências mencionadas, não foram poucas as tentativas, por parte dos cognitivistas clássicos, de explicar o processamento textual por meio de métodos computacionais e automatizados. No âmbito dos estudos do texto, por exemplo, as perspectivas cognitivistas propuseram-se a explicar o processamento textual por meio de atividades de compreensão as quais visavam identificar o tópico frasal de um texto, apontar seus temas principais, resumir, fazer inferências e observar aspectos de coesão e coerência, todavia os métodos automatizados propostos pelos cognitivistas clássicos não se demonstraram suficientes, aliás, mostraram-se impossíveis e ineficazes no nível das inferências.

Apesar de constatarmos, mediante este breve percurso, que, por parte dos pesquisadores cognitivistas, não houve unanimidade nos estudos que permearam as investigações sobre a correlação entre linguagem e cognição, as considerações de Koch (2018) apontam para a necessidade de uma continuidade das pesquisas, assumindo-se, porém, uma perspectiva capaz de redimensionar o que havia sido posto até então no tocante aos estudos da linguagem. Nesse sentido, os cognitivistas passaram a investir em uma visão social da cognição, afastando-se do cognitivismo clássico, por perceberem que havia se tornado “patente que o processamento de textos envivia diversos aspectos interacionais e conhecimentos sociais” (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011, p. 291).

A década de 1980 configurou-se como um período marcado pelo interesse de muitos pesquisadores em iniciar sua trajetória fazendo incursões pelo terreno da ciência cognitiva clássica, entretanto, ao avançarem em suas investigações, demonstraram insatisfação quanto à

concepção de mente adotada e aos métodos e pressupostos tradicionais, que entravavam novas percepções e contribuições nesse campo científico.

Esses pesquisadores foram, portanto, responsáveis por impulsionar os diálogos que relacionavam mente e linguagem numa perspectiva “situada e sensível ao contexto social” (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011, p. 255), a exemplo de George Lakoff, cujo postulado teórico interessa a esta pesquisa, e Ronald Langacker, os quais, insatisfeitos com o modelo teórico proposto pelo gerativismo de Noam Chomsky, consideram a linguagem “como uma forma de ação no mundo, integrada com outras capacidades cognitivas” (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011, p. 255). Em consonância com essa visão,

Os estudos desenvolvidos no campo da psicologia cognitiva contribuíram de forma decisiva para que a Linguística Textual elaborasse uma de suas principais formulações: a de que nenhum texto é ou poderia ser completamente explícito, já que, conforme demonstram os estudos acima apontados, os processos de produção e de compreensão de textos dependem, em grande parte, de informações que são apenas sugeridas, apontadas nos/pelos textos e que devem ser mobilizadas pelo ouvinte/leitor para que se consiga estabelecer adequadamente o(s) sentido(s) global(is) de um texto. (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011, p. 292).

Nos estudos da LT, se fortalece, assim, a compreensão de que, em termos de linguagem, não há como dissociar os aspectos internos, cognitivos, sociais e individuais, como enfatizam Koch e Cunha-Lima (2011, p. 255): “compreender a linguagem é entender como os falantes se coordenam para fazer alguma coisa juntos, utilizando simultaneamente recursos internos, individuais, cognitivos e recursos sociais”. É à luz dessa percepção, a qual integra tanto elementos internos quanto fatores externos na construção da relação entre o indivíduo e sua compreensão acerca de coisas ou eventos do mundo, que o conceito clássico de cognição é redimensionado no seio das ciências cognitivas. A partir de então, surge uma importante vertente, o sociognitivismo, que concebe a linguagem como um fenômeno situado, ou seja, considera que muitos dos nossos processamentos cognitivos acontecem fora das nossas mentes, e não dentro delas (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011, p. 279).

A Linguística Textual assumiu, portanto, o compromisso de filiar-se a um modelo teórico capaz de atentar para os fenômenos que envolvem a capacidade da memória, atenção, processamento e representações mentais e cognitivas e também para outros fenômenos da ordem da interação, encontrados na análise de textos (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011). Apesar de reconhecer o desafio que esse compromisso representava, os estudiosos reconheciam que a flexibilidade de que são dotados os textos representava um grande desafio a qualquer modelo cognitivo que tentasse dar conta do processamento linguístico. Esse investimento, no entanto, tornava-se profícuo às pesquisas acerca das evidências sobre o funcionamento de vários

aspectos da cognição, a exemplo da memória e da representação, e nesses termos é válido reconhecer que um importante passo já havia sido dado (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011).

Os processos que subjazem à compreensão, por exemplo, dependem dos conhecimentos compartilhados. Somos capazes de fazer inferências e de construir hipóteses sobre aquilo que conhecemos, fazendo uso de estratégias ou mediados por modelos ou estruturas complexas responsáveis por organizar nossos conhecimentos e nossas experiências. Tais conhecimentos, armazenados em nossa memória de longo prazo, podem ser divididos, entre outras possibilidades, em dois grupos: os conhecimentos procedurais, voltados “ao como fazer”, e os enciclopédicos, relacionados “a estados de coisas” (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011).

Retomamos, no sentido de redimensionar a discussão aqui proposta, a menção feita, ainda no início dessa seção, à influência das ciências cognitivas e até mesmo dos cognitivistas clássicos, reconhecendo que eles, de certa forma, colaboraram para a fundamentação deste importante postulado teórico: o sociocognitivismo, no qual nossa atenção se concentra daqui por diante.

Esse importante ramo teórico contribuiu para instaurar o paradigma sobre o qual se assenta a teoria da interconexão entre linguagem e mente, considerando-as como entidades indissociáveis em seu funcionamento. De acordo com Koch e Cunha Lima (2011), nessa ótica, o conhecimento se constrói no curso das experiências humanas e sociais, sendo a cognição compreendida como um processo situado que se constitui mediante a efetiva interação social, tendo por base o indivíduo e sua relação com as coisas do mundo.

No âmbito dos estudos da linguagem, segundo a perspectiva sociocognitiva, a mente pode ser investigada como um fenômeno essencialmente corporificado (*embodied*), e aspectos motores e perceptuais, além das formas de raciocínio abstrato, são vistos como dotados de uma natureza semelhante. Em consequência, encontram-se profundamente inter-relacionados, não podendo ser desconsiderados nas análises embasadas nessa teoria (KOCH, 2018).

Os estudos orientados pelas tendências que concebem uma mente corporificada foram responsáveis por ampliar o escopo teórico da Linguística Textual, sendo que, a partir da década de 1990, à ênfase dada aos processos de organização global dos textos, acrescentam-se as questões de ordem sociocognitiva e os estudos no âmbito da referenciação, da inferenciação, das formas pelas quais o conhecimento prévio é acessado, do tratamento da oralidade e da relação oralidade/ escrita, “bem como o estudo dos gêneros textuais, este agora conduzido sob outras luzes – isto é, a partir da perspectiva bakhtiniana, voltando assim, a questão dos gêneros a ocupar lugar de destaque nas pesquisas sobre o texto e revelando um terreno extremamente promissor” (KOCH, 2018, p.13-14).

Situados no campo teórico do sociocognitivismo e interessados em compreender como o sentido pode ser construído, ou melhor, como a linguagem é capaz de referir o mundo, pesquisadores do grupo franco-suíço, dentre os quais destacamos Daniele Dubois e Lorenza Mondada, Denis Apothéloz, e brasileiros, como Luiz Antônio Marcuschi, Ingodore Koch e Margarida Salomão, dedicaram-se aos estudos da referenciação, com uma agenda que visava à compreensão de como o sentido se constrói interativamente.

Partindo de uma rejeição à noção tradicional de língua como espelho, capaz de referir o mundo de forma extensiva (referencial), em que se postula a estabilidade das categorias e se adota uma visão idealizada de linguagem (à boa seleção de palavras equivaleriam confiáveis representações), os sociocognitivistas adotam a perspectiva da referenciação, definindo-a como processo por meio do qual a referência é coconstruída no momento da interação, logo os significados não se encontram prontos, estabilizados à espera de decodificação. Nessa perspectiva,

o sentido das palavras e do texto não lhes é imanente e não é depreensível numa atividade de cálculo com regras rígidas previamente estabelecidas. O sentido é necessariamente situado histórica e socialmente e é, também, plástico, no sentido de que, em todos os níveis da linguagem, existe uma negociação entre os interlocutores para o estabelecimento desse sentido. A linguagem não traz os objetos do mundo para dentro do discurso e sim trata esses objetos de diversas maneiras, a fim de atender a diversos propósitos comunicativos: passa-se a falar, então, em objetos de discurso. (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011, p. 295).

Essas pesquisas, em que se faz o deslocamento da noção de referência para a de referenciação, alavancaram muitos estudos em que as percepções envolvem tanto os aspectos da produção como os da recepção de textos no seio da Linguística Textual. Os estudos dos processos coesivos, por exemplo, subsidiados pela ótica da referenciação, trouxeram novas contribuições ao conhecimento das anáforas e sua relação com a progressão textual, enfocando-se o modo como os referentes são retomados, introduzidos ou mantidos em uma sequência textual (KOCH; CUNHA-LIMA, 2011).

Conforme destacado por Salomão (1999), a perspectiva sociocognitiva foi a grande responsável por considerar a interação e atuação de elementos ricos e dinâmicos na composição dos textos, associando a isso a participação de um sujeito consciente da sua mediação por meio da linguagem, capaz de interagir de modo eficiente com os elementos do mundo. Partindo desse princípio, Mondada e Dubois (2003, p. 20) afirmam que, ao adotarmos uma abordagem que considere o sujeito como encarnado, sociocognitivo e fruto de suas experiências, precisamos levar em consideração que “esse sujeito constrói o mundo ao curso de suas atividades sociais e o torna estável, graças às categorias manifestadas no discurso”. Desse modo, é possível ressaltar

a importância das metonímias como recursos capazes de atuar na construção e no resgate dos sentidos elaborados em nossas atividades discursivas.

Percebemos que o paradigma sociocognitivo foi responsável por agregar importantes contribuições para os estudos da LT e também para firmar os estudos do texto, pautados atualmente por um viés sociocognitivo. Conforme salientamos no início da seção, a Linguística Textual mantém uma relação com as ciências cognitivas, pois estas fundamentaram o ponto de partida para a perspectiva que subsidia as mais recentes e promissoras investigações na agenda dos estudos da linguagem.

Percebemos essa relação em pesquisas como as de Lima (2003, 2009), que reivindica, para a análise do fenômeno da recategorização, uma interface entre a Linguística Textual e a Linguística Cognitiva, no intuito de melhor descrever os mecanismos metafóricos e metonímicos que subjazem ao processo de construção/reconstrução dos referentes. Nos estudos dessa pesquisadora, encontra-se uma expansão do fenômeno metonímico, o qual, em nossa pesquisa, objetivamos demonstrar de forma mais detalhada mediante um recorte que o situa em uma perspectiva também de interface, buscando correlações com a construção argumentativa em textos multimodais.

Na próxima seção, tratamos da passagem da noção de referência à de referenciação, aprofundando a percepção sobre como os aspectos cognitivos, sociais e culturais, que permeiam nossas práticas comunicativas, passaram a ser evidenciados com mais ênfase após a consolidação do paradigma sociocognitivo pela Linguística Textual.

2.1.2 A passagem da noção de referência à de referenciação

Na seção anterior, apresentou-se uma revisão na agenda dos estudos da linguagem, destacando-se a importância desse percurso para a atualização dos estudos linguísticos. Nesta seção, abordam-se os aspectos considerados imprescindíveis para que a concepção de língua ultrapassasse o caráter referencial (etiquetagem) e chegasse ao *status* da referenciação (objeto do discurso). Essa perspectiva da referenciação é o foco principal desta pesquisa, pois o fenômeno que estudamos se configura como um importante objeto teórico nos estudos empreendidos sob essa ótica, em que a metonímia também passou do *status* de referência à noção de referenciação.

No panorama da Linguística Textual, os estudos acerca do fenômeno da referenciação têm ganhado cada vez mais espaço e conquistado o interesse de muitos pesquisadores. Essa corrente tem suas origens demarcadas por duas importantes pesquisadoras franco-suíças: Daniele Dubois e Lorenza Mondada, responsáveis por um crescente número de pesquisas e

publicações na referida área, com destaque para Lorenza Mondada como centro de interesse da referida área. Nesta seção se apresenta, de forma sintetizada, a importância de suas contribuições para a análise de processos de referenciação. Em seções posteriores, retomamos essa discussão, atualizando os estudos que seguiram essa linha precursora, e apresentamos um panorama dos estudos mais revisitados no tocante a essa temática, indicando como dialogam com nossa pesquisa.

Mondada e Dubois (2003) discorrem sobre as diferentes concepções que, durante muito tempo, definiram a língua, desde uma tradução fiel e objetiva da realidade até a noção de um sistema que, embora complexo, era capaz de explicar-se em si mesmo. Esse efeito deveu-se ao fato de boa parte dos teóricos terem se empenhado, quase exaustivamente, na tentativa de estabelecer uma relação de equivalência entre palavras e coisas. Desse modo, a metáfora do espelho e do reflexo, assim como o conceito de “mapeamento”, foram usados para tentar estabelecer uma relação direta entre as palavras e as coisas, sendo que, nessa perspectiva, o significado era compreendido como algo independente da experiência humana.

Vale ressaltar que, nessa busca por uma representação equivalente e fidedigna da realidade, com base em uma relação unidirecional, à sintaxe caberia cartografar, etiquetar a ordem natural do mundo, restando às gramáticas a tentativa de corresponder à lógica e capturar ou enquadrar suas estruturas em um plano extensivo e referencial (MONDADA; DUBOIS, 2003).

Para essas autoras, o advento das ciências cognitivas forneceu a essa questão uma perspectiva mais atualizada, no entanto dois grandes entraves ainda eram recorrentes: os problemas decorrentes da análise artificial das línguas naturais e o pressuposto de um mundo autônomo discretizado e independente de qualquer sujeito que a ele se refira, sendo que, ao contrário do que esperavam os estruturalistas, gerativistas e formalistas, cabia também às representações linguísticas estabelecer uma forma de adequação e representação desse mundo.

Com base nisso, as autoras decidem reconsiderar os argumentos que se encontram na base dessa concepção e nos debates contemporâneos das ciências cognitivas, empreendendo então um estudo em direção divergente. Assim, em vez de pressupor o mundo como uma entidade objetiva, segmentada e estável, as referidas pesquisadoras partem da observância da instabilidade constitutiva das categorias, de ordens cognitivas e linguísticas, bem como de seus processos de estabilização. Nesse sentido, contrariando os postulados aristotélicos e cartográficos da língua, Mondada e Dubois (2003, p. 17) postulam que

as categorias e os objetos de discurso pelos quais os sujeitos compreendem o mundo não são nem preexistentes nem dados, mas se elaboram no curso de suas atividades,

transformando-se a partir dos contextos. Neste caso, as categorias e os objetos do discurso são marcados por uma instabilidade constitutiva, observável através de operações cognitivas ancoradas nas práticas, nas atividades verbais, nas negociações dentro da interação.

Questionando os processos de discretização e de estabilização, as autoras destacam os estudos que tomam por base a referência, bem como os que consideram os processos de referenciação, nos quais a noção de sujeito se construirá à medida que ele for capaz de construir o mundo no curso do cumprimento de suas atividades sociais e de o tornar estável graças às categorias manifestadas no discurso.

As autoras superam, assim, a representação aristotélica da língua como um reflexo (espelho) da realidade e as orientações para interpretá-la à luz apenas do contexto linguístico, passando a tomar, como foco de interesse, os processamentos cognitivos e interativos acionados pelos falantes ao referirem o mundo em seus atos de fala. Essa visão se pauta nas formas de negociação realizadas pelos falantes à medida que o discurso é construído. Assim, buscando no âmbito das atividades humanas, cognitivas e linguísticas estruturas que dão um sentido ao mundo, Mondada e Dubois (2003) passam a analisar os níveis de análise linguística e cognitiva pertinentes para se tratar da referência associada a objetos de discurso e de categorização, respectivamente.

As pesquisadoras explicitam que a mudança e a instabilidade não se configuram como exceções ou problemas, pois, segundo elas, as categorias podem ser recategorizadas sem nenhum prejuízo para a construção do sentido de um enunciado. Ademais, analisam alguns procedimentos com os quais a estabilidade é produzida, criando efeitos de objetividade e de realidade resultantes de processos simbólicos complexos. Elas demonstram ainda que as categorias que descrevem o mundo mudam tanto sincronicamente quanto diacronicamente e que essa mudança ocorre pelo fato de que os objetos do discurso, usados pelos sujeitos como forma de compreender o mundo, não são nem preexistentes nem dados, ou seja, não se encontram prontos, perfeitamente elaborados e à disposição para o uso. Na verdade, eles se (re)elaboram no curso das atividades e dos processamentos cognitivos, transformando-se, modificando-se, adquirindo novas significações a partir dos mais variados contextos e situações.

Essas instabilidades se manifestam através de operações cognitivas ancoradas nas práticas, nas atividades verbais e não verbais, nas negociações no campo da interação, sendo, portanto, inerentes aos objetos do discurso e das práticas. Desse modo, tais instabilidades estão inteiramente relacionadas com as propriedades subjetivamente negociadas das denominações e categorizações no processo de referenciação (MONDADA; DUBOIS, 2003).

No tocante aos processos de estabilização das categorias, as autoras demonstram que eles podem ocorrer em dois níveis: inicialmente, em nível psicológico, através da prototípicidade e, posteriormente, em nível linguístico, manifestado através da lexicalização, dos estereótipos e das anáforas. Mondada e Dubois (2003) se subsidiam na conceituação de Eleonor Rosch e se apropriam da teoria dos protótipos para explicá-los como construções dinâmicas, aliados do sistema cognitivo na busca da produção de estabilidade nas interpretações que os homens fazem do mundo. As autoras explicam que a evolução dos protótipos e das significações das palavras para os estereótipos ocorreria mediante a codificação social dos modos de falar e de representar o mundo, até mesmo como reflexo da implementação tecnológica.

O fenômeno da “referência”, de acordo com Mondada e Dubois (2003), é apresentado em duas perspectivas, sendo a primeira subsidiada pela categorização, através da qual os sistemas cognitivos dão estabilidade ao mundo, e a segunda, pelo viés da linguística interacionista e discursiva, a qual prevê a referenciação como um processo de construção de objetos de discurso e de negociação de modelos públicos do mundo.

Levando em consideração a relevância da teorização de Mondada e Dubois (2003), é possível constatar a estreita relação entre categorização e processo de referência, pois, ao referir, os falantes percebem o mundo e o modificam através de processos cognitivos. A língua, ao perder seu *status* de dicionário extensivo-referencial e mundial de palavras, adquire uma instabilidade necessária, muito bem explanada pelas autoras, e isso contribui para demonstrar o quanto são importantes estudos que concernem à compreensão dos processos de categorização e referenciação para o reconhecimento do papel social e ativo de um sujeito cognitivamente constituído e atuante no mundo por meio de práticas linguísticas.

Os estudos empreendidos por Mondada e Dubois (2003) são responsáveis por distanciar cada vez mais as concepções de língua da visão clássica de “referência”, em que a língua é considerada um organismo representativo, produto pronto, que não se modifica perante o uso ou interlocução nas mais diversas situações de comunicação.

A passagem da noção de referência à de referenciação possibilitou importantes avanços nas pesquisas no campo da Linguística Textual e suas ricas interfaces, em especial, com a Linguística Cognitiva, proposta empreendida também nesta dissertação. O modelo no qual se postula uma ligação direta entre as palavras e as coisas desconsidera o caráter subversivo da língua, ou seja, nega-lhe o aspecto natural de não refletir significados estáveis, mediante possíveis alterações do contexto. Uma das consequências diretas dessa mudança de visão foi a plasticidade vocabular atribuída às figuras de palavras metáfora e metonímia, as quais, durante

muitos anos, ficaram relegadas ao plano extensivo-referencial e objetivo da língua, definidas apenas como figuras de retórica, aspecto discutido em seção específica ainda neste capítulo.

É o rompimento com o paradigma aristotélico da língua que torna possíveis as percepções dos processamentos cognitivos e interativos acionados pelos interactantes ao referirem o mundo nas práticas comunicativas e, assim, os sentidos são coconstruídos mediante as negociações realizadas pelos falantes à medida que o discurso é construído. Nesse sentido, a referenciação diz respeito a uma “construção de objetos cognitivos e discursivos na intersubjetividade das negociações, das modificações, nas ratificações de concepções individuais e versões públicas do mundo” (MONDADA; DUBOIS, 2003, p. 18).

Com o rompimento desse paradigma estrutural da língua, abre-se a possibilidade de percebê-la e investigá-la considerando-se seu aspecto cognitivo, o qual toma por base a experiência e o sistema conceptual humano. Assim, metáforas e metonímias, por exemplo, são consideradas como figuras que nos permitem, de acordo com os postulados de Mondada e Dubois (2003), significar e compreender conceitos acerca do mundo e dos objetos de discurso.

2.2 A integração entre Linguística Textual e Linguística Cognitiva

Nesta seção, além dos importantes momentos constitutivos da Linguística Textual e da sua filiação à concepção de texto apoiada em uma perspectiva sociocognitiva, apresentamos os postulados que deram base à constituição da Linguística Cognitiva como uma importante área de investigação acerca dos processamentos cognitivos. Além disso, fazemos um aprofundamento na teoria de George Lakoff a respeito da metonímia conceptual e em sua proposta dos modelos cognitivos idealizados metonímicos, postulados que alicerçaram nossas análises. Ainda nesta seção, apresentamos, pela ótica da referenciação, a construção da interface textual-cognitiva, conforme proposta de Lima (2003, 2009), a qual também fornece um importante apoio teórico-metodológico a esta pesquisa.

De forma mais detalhada, essa interface proporciona um redimensionamento nas análises dos fenômenos metafóricos e metonímicos que subjazem à construção/reconstrução dos referentes em situação comunicativa (LIMA, 2003, 2009). Reforçamos que nosso intuito é analisar a metonímia pelo viés cognitivo e inferencial, sob a ótica da Linguística Cognitiva, por acreditarmos que esse aparato teórico aliado à perspectiva da referenciação possibilita uma visão mais integrada desse fenômeno e estabelece, por meio de correlações com a argumentação e a multimodalidade, uma percepção do fenômeno para além do seu aspecto apenas linguístico e extensional.

2.2.1 A Linguística Textual e seus importantes momentos

A trajetória dos estudos históricos até a consolidação da Linguística como uma importante ciência no ramo dos estudos da linguagem foi marcada por distintas fases nas quais o objeto de estudo foi concebido sob diferentes perspectivas, sendo que, a cada questionamento ou constatação de insuficiência teórica, novas descobertas e avanços impulsionaram e alargaram o campo conceitual e o escopo metodológico de investigação.

O legado histórico e teórico desses estudos permitiu, dentre tantas valiosas contribuições, compreender e situar a linguagem como uma atividade humana condicionada a constantes mudanças e adaptações motivadas, em especial, pelas necessidades e intenções comunicativas dos seus usuários. Tais estudos consolidaram a percepção da língua como um sistema dotado de regras que regem seu uso social. Esses mesmos estudos avançaram no sentido de compreender que, no escopo social da língua, um novo elemento investigado, a fala, deveria ser considerado pelo seu caráter heterogêneo e particular, situando-a, assim, no terreno das variações, algo inerente a qualquer “organismo vivo” (BENTES, 2007).

Nessa perspectiva, que envolvia os estudos sobre língua e fala, um importante e decisivo elemento foi incluído no centro das discussões, o sujeito, e com ele todo o jogo de intenções e interações que o situam, ao mesmo tempo, como usuário e detentor de um código linguístico compartilhado em um contexto interacional. É importante pontuar, de acordo com Bentes (2007), que, embora essas contribuições não tenham ocorrido de modo linear, sob a forma de uma sequência cronológica bem definida, pois muitas investigações e redimensionamentos ocorriam de forma concomitante, esse panorama conceitual serviu de base para o surgimento das mais variadas e importantes correntes teóricas e investigativas que foram responsáveis por agregar muitas contribuições aos estudos linguísticos.

O surgimento de um novo ramo de estudos a partir de 1960, a Linguística de Texto, proporcionou uma substituição gradual do modelo teórico-metodológico estabelecido pelo viés estruturalista, o qual, por muito tempo, havia limitado suas abordagens investigativas ao nível da palavra e da frase, privilegiando os aspectos fonológicos, morfológicos e sintáticos e deixando descoberto o campo conceitual que mais tarde seria reivindicado pelas abordagens semânticas, pragmáticas e cognitivas (MARCUSCHI, 2012).

Os estudos linguísticos avançaram de modo muito incisivo no sentido de proporcionar melhores respostas aos fenômenos que envolviam toda uma situação comunicativa. Essa importante área de estudos, atualmente consolidada como Linguística de Texto, firmou-se ao

longo de três importantes momentos como uma importante ferramenta teórico-metodológica nos estudos do texto.

De acordo com Bentes (2007, p. 261), o modelo estruturalista, marcado pelo corte epistemológico saussuriano, foi aos poucos sendo substituído por um modelo de análise que partia da frase para o texto, o qual tinha como principal propósito abordar e investigar fenômenos linguísticos que nunca foram bem explicados pelas teorias formalistas. O surgimento desses estudos, conforme Bentes (2007, p. 259), “faz parte de um amplo esforço teórico, com perspectivas e métodos diferenciados, de constituição de um outro campo (em oposição ao campo construído pela Linguística Estrutural), o qual buscou inserir no centro de suas questões os aspectos não abordados pelos postulados estruturalistas.

Embora se perceba um esforço no sentido de superar as análises tradicionais e fazer contribuições significativas, essa nova proposta também apresenta suas fragilidades e restrições. Os resultados das análises frásticas trazem a percepção de que, quando as abordagens fazem uso da frase como ponto de partida para só depois chegar ao texto, esse modelo deixa algumas lacunas, como observa Bentes (2007, p. 247):

Exatamente por estarem preocupados com as relações que se estabelecem entre as frases e os períodos, de forma que construa uma unidade de sentido, os estudiosos perceberam a existência de fenômenos que não conseguiam ser explicados pelas teorias sintáticas e/ou pelas teorias semânticas; o fenômeno da correferenciação, por exemplo, ultrapassa a fronteira da frase e só pode ser melhor compreendido no interior do texto.

Koch (2001), ao mencionar a ocorrência de fenômenos de correferenciação, ratifica a necessidade de um olhar para além dos limites da frase, embora, posteriormente, essa autora venha a fazer ressalvas acerca disso, pois ela defende, *a priori*, a importância das análises transfrásticas como um importante passo:

[...] o que se percebeu, em primeiro lugar, foi justamente a necessidade de ultrapassar os limites da frase, para dar conta de certos fenômenos como: referenciação, elipse, repetição, seleção dos artigos (definido e indefinido), concordância de tempos verbais, relação semântica entre frases não ligadas por conectivo, vários fatos de ordem prosódica e assim por diante. Tentou-se então, encontrar regras para o encadeamento de sentenças, a partir dos métodos até então usados na análise sentencial – questões relativas, como vimos, à correferência, à conexão entre orações, à relação tópico/comentário, entre outros. (KOCH, 2001, p. 72).

Esse modelo de análise, apesar de configurar-se como mais um passo importante no campo das pesquisas linguísticas, não subsidiava nem contemplava o emaranhado de relações evidenciadas na tessitura textual e não atentava para os fatores extralingüísticos que o processo

envolia. Nesse sentido, eram, portanto, vistas como insuficientes abordagens que primassem, essencialmente, pela maneira como as palavras se avizinhavam na construção de enunciados.

Ademais, segundo Bentes (2007), foi necessário levar em consideração, na construção do sentido global do enunciado, o conhecimento intuitivo do falante acerca das relações a serem estabelecidas entre sentenças e a observância de que nem todo texto pode apresentar o fenômeno da correferenciação. Esses dois motivos constituíram-se como fatores propulsores para “a construção de uma outra linha de pesquisa, que não considerasse o texto apenas como uma simples soma ou lista dos significados das frases que o constituem” (BENTES, 2007, p. 263).

Partindo da investigação de novas relações entre o texto e suas formas constitutivas e em busca de uma definição que abarcasse todo o fazer textual, abriu-se espaço para novas bases investigativas que, apesar de também se mostrarem insuficientes para elucidar a complexidade do objeto de análise, ao apontar as fragilidades, avançaram um pouco mais no sentido de um alargamento da teoria que estava a se desenhar, ainda que lentamente.

Na tentativa por explicar os múltiplos fenômenos descobertos pelo campo investigativo da fase transfrástica, o texto passa então a ser eleito como objeto de estudo e, assim sendo, as análises partiriam do texto para suas imbricações particulares constitutivas. Nesse segundo momento da Linguística textual, buscou-se explicar, a partir do mais amplo, no caso o texto, fenômenos de ordem mais particular, a exemplo de questões relevantes de ordem morfológica, sintática e semântica. Tem-se, então, nesse contexto, a fase das gramáticas textuais. No que concerne a esse segundo momento, Bentes (2007) ressalta que o sucesso advindo da gramática gerativa pôs em evidência “a descrição da competência textual do falante”, pois essa competência conferia ao usuário da língua, dentre outras coisas, o poder de produzir estruturas dotadas de coerência e, de igual modo, reconhecer o que não atendesse aos critérios textuais.

Novamente, nas palavras de Koch (2001), evidencia-se que, apesar de todo esforço e empenho direcionados ao estudo do texto, a este ainda estava designado o estigma de código, desse modo, ele seria suficientemente capaz de explicar a si mesmo. Em outras palavras, o texto continuava a ser percebido como um sistema, uniforme e por vezes abstrato, e ao falante, de acordo com Bentes (2007), era relegada a noção de sujeito assujeitado, ou seja, o sujeito era aquele capaz de produzir e recepcionar os textos, mas sem a devida consciência que esse ato implica.

O aspecto contraditório que marca essa fase se evidencia no fato de que, apesar de o texto ser eleito como objeto privilegiado e central da abordagem linguística, a perspectiva sob a qual se considerava esse objeto era análoga à fase da gramática gerativa no que se refere à

maneira que o falante era tratado. É coerente afirmar que as fases das gramáticas textuais incorreram no equívoco de, ao compreender o texto como “um sistema”, corroborarem também a teoria do sistema finito de regras, limitando seu alcance a breves considerações sobre o que configuraria de fato um texto, o qual, baseado nesse modo categórico e sistemático, teria sentido completo em si próprio, reforçando o princípio do caráter de imanência significativa do qual seria dotado o signo linguístico. Bentes (2007) destaca que, nesse período, postulava-se o “texto” como uma unidade teórica formalmente construída, em oposição ao “discurso”, unidade funcional, comunicativa e intersubjetivamente construída.

Esse modelo também apresentou fragilidades teóricas, pois, ao conceituar texto como uma unidade formal, dissociar o falante do seu contexto enunciativo e ancorar-se em padrões sistemáticos para verificar se um enunciado seria ou não um texto, deu margem para questionamentos como o seguinte: “como estabelecer as regras capazes de descrever todos e apenas todos os textos possíveis em uma língua natural? ” (KOCH, 2001, p. 74). Entre os argumentos apresentados por essa autora para justificar a fragilidade do modelo, um deles reside na percepção de que haveria sempre a possibilidade de surgirem textos que não se enquadrasssem nas regras ou que viessem a colocá-las em xeque, ou, ainda, podiam surgir novos tipos de textos não previstos pelas regras da gramática, inclusive.

Endossando as questões levantadas por Koch (2001), seria, portanto, o linguista capaz de catalogar, classificar e explicar todos os tipos de textos, de forma sistemática, dada a multiplicidade destes e suas inúmeras formas de organização e modos de composição?

Questões dessa ordem, aos poucos, descortinavam a fragilidade da teoria e apontavam para a inserção de um novo elemento desconsiderado até então: a pragmática, a qual, no âmbito dos estudos textuais, passa a ser considerada um importante elemento no tocante à construção dos sentidos de um texto. Nota-se uma preocupação em evidenciar aspectos negligenciados nas fases anteriores, surgindo uma perspectiva que reivindica a atenção para o locutor, interlocutor e o contexto, os quais passam a fazer parte das análises dos processos de produção e recepção de textos. Na visão de Bentes (2007, p. 251), é preciso atentar para a “constituição, funcionamento, produção e compreensão dos textos em uso” e, nesse sentido, faz-se relevante considerar seu contexto pragmático, ou seja, “o conjunto de condições externas da produção, recepção e interpretação dos textos”.

Além da virada pragmática e suas importantes contribuições, que influenciaram a noção de texto adotada atualmente pela LT, no fim dos anos 1980, ocorreu também a virada cognitivista, responsável pelos desdobramentos que vieram a situar o texto em uma perspectiva sociocognitiva, assunto detalhado na próxima seção.

Segundo essa perspectiva, as estratégias envolvidas na construção e recepção dos textos são norteadas por operações de ordem linguística, social e cognitiva, levando-se em conta os conhecimentos do locutor e do interlocutor e suas interações. São eles conscientes do seu papel enquanto interactantes capazes de resgatar, associar e depreender sentidos, operando em vários níveis de conhecimento, a exemplo do linguístico, do enciclopédico e do interacional. São também capazes de reconhecer se uma dada estrutura pode ou não ser considerada um texto e, a partir dela, depreender ou estabelecer sentidos baseados em múltiplas operações (KOCH, 2001).

Estabelecendo um paralelo com a importante afirmação de Saussure, quando do corte epistemológico, no sentido de justificar seu objeto de estudo, surge, então, uma nova hipótese de trabalho, uma teoria do texto que privilegia um novo olhar capaz de redimensionar o foco investigativo para o mesmo objeto, a partir de um prisma que se afasta, gradualmente, das bases estruturalistas e gerativas e situa o texto em um contexto pragmático para o qual convergem uma multiplicidade de operações linguísticas e cognitivas subsidiadas também por um viés cognitivo e interacional.

Ademais, para Koch (2001), as fases transfrásticas, de inclinação gramatical, e das gramáticas textuais, dotadas de um viés pragmático-discursivo, serviram de base para a comprovação de que é preciso considerar, além dos elementos composticionais de um texto, o contexto interacional e seu processo e condições de produção, com uma forte tendência sociocognitivista. Desponta, portanto, segundo Koch (2004), um importante panorama evolutivo no campo da LT, principalmente pelo fato de os estudos terem passado a compreender texto como

unidade básica da comunicação e interação humana e, dessa concepção, a uma outra que focalizou o texto como o resultado de uma multiplicidade de operações cognitivas interligadas até chegarem à compreensão de textos como uma “entidade multifacetada” fruto de um processo extremamente complexo de interação social e de construção social de sujeitos, conhecimento e linguagem. (KOCH, 2004, p.175).

É à luz dessas concepções e dos avanços nessas importantes fases que o texto passa a ser concebido como um lugar privilegiado em que a linguagem se manifesta e, por assim ser, é também dotado de significados que não se encontram prontos, acabados, reduzidos a uma única interpretação. Esses significados, conforme Koch (2008), são coconstruídos dentro de um processo incessante e interativo, baseado em mecanismos de troca e negociação de sentidos entre locutor, interlocutor e situações contextuais.

Eis, portanto, o principal compromisso dos estudos da Linguística Textual nos últimos 30 anos: apoiar-se em uma perspectiva que não toma o texto como produto, mas, sim, como processo, entendendo-o como um construto permeado por intenções e estratégias de ordem linguística, cognitiva e social. Ademais, os estudos atuais da LT privilegiam a análise das condições de produção e recepção de textos, subsidiados por novas e importantes contribuições de uma teoria robusta que traz no seu arcabouço elementos indissociáveis de ordem pragmática e sociocognitivista de caráter multifacetado (MARCUSCHI, 2012).

2.2.2 O texto na perspectiva sociocognitiva

Situar o texto em uma perspectiva sociocognitiva é uma tendência atualmente adotada nos estudos empreendidos pela Linguística Textual, mostrando-se muito relevante para a consolidação de uma rica e promissora agenda nos estudos do texto.

Na obra *Introdução à Linguística Textual: trajetória e grandes temas*, Koch (2018) discorre sobre o importante percurso teórico-metodológico dos estudos no âmbito da Linguística Textual e evidencia que houve, no mínimo, oito importantes momentos nos quais o texto foi concebido como objeto de análise, sendo compreendido sob diversas óticas:

- 1) texto como frase complexa ou signo linguístico mais alto na hierarquia do sistema linguístico (concepção de base gramatical);
- 2) texto como signo complexo (concepção de base semiótica);
- 3) texto como expansão tematicamente centrada de macroestruturas (concepção de base semântica);
- 4) texto como ato de fala complexo (concepção de base pragmática);
- 5) texto como discurso “congelado”, como produto acabado, de uma ação discursiva (concepção de base discursiva);
- 6) texto como meio específico de realização da comunicação verbal (concepção de base comunicativa);
- 7) texto como processo que mobiliza operações e processos cognitivos (concepção de base cognitivista);
- 8) texto como lugar de interação entre atores sociais e de construção interacional de sentidos (concepção de base sociocognitiva-interacional) (KOCH, 2018, p. 12).

Esse panorama conceitual dos estudos do texto demonstra que, durante muito tempo, o texto esteve condicionado à relação de coesão e que, só depois, quando essa importante propriedade textual foi equiparada, em termos de importância na construção dos sentidos do texto, à noção de coerência, é que se alargaram os passos em uma direção que não situava mais apenas esses dois fatores de textualidade como propriedades intrínsecas e inerentes aos textos, sem as quais, para os pesquisadores desse contexto, a condição de existência e a capacidade de um texto produzir sentidos era, por sua vez, bastante questionada (KOCH, 2018).

Cabe ressaltar a importância da virada pragmática por configurar-se como um importante fator que promoveu uma redefinição do que era tomado pelo conceito de coerência. Esse momento de inserção da perspectiva pragmático-enunciativa provoca o rompimento com o conceito enraizado na teoria e expande a noção de coerência, não mais a considerando como mera propriedade ou qualidade do texto em si, mas como um fenômeno muito mais amplo, visto que ela se constrói em dada situação de interação entre o texto e seus usuários, em função da atuação de uma complexa rede de fatores de ordem linguística, cognitiva, sociocultural e interacional (KOCH, 2018, p. 12).

A respeito dessas considerações, tomando por base os estudos mais recentes que envolvem a análise da coerência e seus mecanismos constitutivos em situação comunicativa, Cavalcante, Custódio Filho e Brito (2014, p. 21) afirmam que o conceito de texto universalmente aceito é o de que ele pode apresentar qualquer extensão, desde que “percebidas uma unidade de sentido e intenção (elementos garantidores da coerência) dentro de uma unidade de comunicação”. Nesse sentido, os autores enfatizam ainda que

a existência de um texto está atrelada à possibilidade de se atribuir coerência a uma dada ocorrência comunicativa (não exclusivamente linguística). A coerência surge da percepção de uma unidade negociada de sentido que depende da intenção argumentativa do locutor, da co-participação do interlocutor, das indicações marcadas na superfície do texto e de um vasto conjunto de conhecimentos compartilhados. (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO; BRITO, 2014, p. 21).

Esses pesquisadores confirmam que a coerência de um texto é construída mediante uma troca interativa e contextual entre os interactantes do processo comunicativo, postulando então que a coerência não está no texto, mas advém da interação com ele. Para tanto, confirmam o caráter sociocognitivo cultural como um fator de significativa relevância na construção de sentidos, pois

esses conhecimentos surgem a partir de nossas experiências no mundo e do contato com as informações que recebemos das mais variadas fontes. Por serem determinados culturalmente, os conhecimentos prévios têm, em sua raiz, um caráter sócio-histórico, daí ser comum, nos estudos atuais, falar no status sociocognitivo do texto e da coerência (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO; BRITO, 2014, p. 21).

Esses apontamentos reforçam a estreita relação entre a linguagem e a mente, e também com os conhecimentos culturalmente vivenciados, a partir dos quais os indivíduos elaboram suas visões do mundo por meio da interação com o meio, construindo e reelaborando, através da linguagem, sua realidade mediante os atos comunicativos.

É válido ressaltar, nesse contexto, a contribuição das ciências cognitivas, por serem as grandes responsáveis por propiciar, no campo dos estudos linguísticos, em especial as que propõem as investigações do fenômeno da cognição por meio de uma perspectiva que valoriza o aspecto social da linguagem e a possibilidade de compreender a mente como corporificada, perspectiva que abriu espaço para a hipótese que sustenta o paradigma sociocognitivo.

Nos anos 1990, marcados, na Linguística Textual, principalmente, pela virada cognitivista, incorporam-se os fenômenos de ordem cognitiva e social aos estudos do texto e produção de sentidos, de modo que tanto os modelos quanto os tipos de operações mentais e as representações individuais passam a ser considerados e inseridos no cerne das investigações. Assim, “o texto passa a ser considerado resultado de processos mentais”, o que configura uma “abordagem procedural, segundo a qual os parceiros da comunicação possuem saberes acumulados quanto aos diversos tipos de atividades da vida social” (KOCH, 2018, p. 34). Tais saberes se encontram como representações na memória dos indivíduos à espera de mecanismos capazes de acioná-los mediante algum estímulo ou motivação. Entende-se, pois, que, nas formas de representações dos conhecimentos no interior da mente, “os modelos constituem conjuntos de conhecimento determinados e vivencialmente adquiridos que contêm tanto conhecimento sobre cenas, situações e eventos, como conhecimentos procedurais sobre como agir em situações e eventos e realizar atividades específicas”. (KOCH, 2018, p. 35).

Nesses termos, é preciso que se retomem as concepções de língua, situando-a como um instrumento de comunicação, ou como manifestação/expressão do pensamento ou, ainda, como um instrumento de interação, para que se torne mais específica a definição do que vem a se configurar como um texto mediante o enfoque que se dá a esse processo comunicativo. Deve-se levar em consideração que, para cada concepção de língua, a noção de texto será alterada, pois algumas dessas concepções desconsideram o processo interativo e tomam o texto como um artefato pronto e acabado à espera de uma simples decodificação.

Atualmente, interessa à Linguística Textual a concepção de língua como instrumento de interação, a partir de uma visão dialógica, em que o texto é considerado um reduto cambiável de sentidos entre os interlocutores. Desse modo, texto é um processo em construção, ultrapassando-se a noção de um artefato à espera de decodificação, como se fosse um produto finalizado. Para Koch (2003, p.17),

a compreensão deixa de ser entendida como simples captação de uma representação mental ou como a decodificação de mensagem resultante de uma codificação de um emissor. Ela é, isto sim, uma atividade interativa altamente complexa de produção de sentidos, que se realiza, evidentemente, com base nos elementos linguísticos presentes na superfície textual e na sua forma de organização, mas requer a mobilização de um

vasto conjunto de saberes (enciclopédico, contextual e interacional) e sua reconstrução no interior do evento comunicativo.

No bojo dessa definição, o sentido de um texto não depende meramente do bom uso e da seleção de elementos linguísticos, noção associada à de língua como instrumento de comunicação e/ou como expressão do pensamento. Na perspectiva sociocognitiva, o texto se configura como um processo de negociação e de troca entre interlocutores, ou seja, o processo de construção de sentidos se efetiva com base no contexto e na interação na qual os interlocutores estejam, efetivamente, envolvidos.

O produtor/receptor de textos está imerso no tecido social e na teia das comunicações cotidianas, sendo marcado por ideologias, vivências e crenças que lhe são inerentes. Essa relação, baseada na sua experiência de mundo, é que o faz se perceber e se reconhecer como um indivíduo inscrito e circunscrito na ampla esfera social, o que, por sua vez, lhe possibilita compreender que a produção dos seus discursos está intimamente ligada ao seu reconhecimento e a sua necessidade de comunicação como ser social, e não apenas como um ser tomado, unicamente, por um conjunto de habilidades individuais e linguísticas. Isso vem a dialogar com a definição de texto, que, segundo Koch (1997), também se configura como

uma atividade verbal consciente, isto é, trata-se de uma atividade intencional, por meio da qual o falante dará a entender seus propósitos, sempre levando em conta as condições em que tal atividade é produzida. Considera-se dentro dessa concepção que o sujeito falante possui um papel ativo na mobilização de certos tipos de conhecimentos de elementos linguísticos, de fatores pragmáticos e interacionais ao produzir um texto [...] sabe o que faz, como faz e com que propósitos faz (KOCH, 1997, p. 21).

Portanto, corroborando Koch (1997) e Cavalcante (2012), a noção de texto pode se ampliar mediante as escolhas e as necessidades advindas do processo interacional. Para as pesquisadoras, um texto pode dizer muito ou pouco, configurar-se com mais clareza ou mais impudicitude, a depender das intenções do falante, pois este, movido principalmente pela intencionalidade, pode organizar melhor as escolhas em seu projeto de dizer. Nesse sentido, o texto, entendido também como um “evento comunicativo”, pode combinar e mobilizar, para sua composição, diferentes elementos semióticos e estabelecer, nesse processo de troca e busca por significados, uma relação cambiável entre os interactantes dentro da noção de *continuum* na qual os sentidos são coconstruídos.

A exemplo de muitos outros pesquisadores empenhados em construir um conceito que amplie e redimensione a noção de texto, Cavalcante (2012), na esteira de Beaugrande (1997) e Koch (2006), redefine esse objeto teórico como “um evento comunicativo em que estão

presentes os elementos linguísticos, visuais e sonoros, os fatores cognitivos e vários aspectos. É, também, um evento de interação entre locutor e interlocutor, os quais se encontram em um diálogo constante". (CAVALCANTE, 2012, p. 20).

Constata-se, nas palavras da autora, que o texto se apresenta como um local privilegiado para se investigarem aspectos tanto de ordem textual quanto cognitiva, pois se trata de um evento para o qual concorrem fatores indispensáveis à construção de sentidos. Cavalcante (2012) também menciona os elementos visuais e sonoros presentes na tessitura textual, o que é corroborado por Cavalcante, Custódio Filho e Brito (2014), que ressaltam a necessidade de a atenção estar voltada a outras possibilidades de ocorrências comunicativas que ultrapassem os limites do oral e do escrito. Esses pesquisadores destacam, de modo especial, a multimodalidade e sua ocorrência nos textos, atribuída quando "dois ou mais modos de enunciação se conjugam para manifestar/sugerir os sentidos pretendidos" (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO; BRITO, 2014, p. 23).

Considerar, pois, o texto em uma perspectiva sociocognitiva é atentar para sua materialidade verbal e multimodal e dar ênfase a aspectos textual-discursivos, reconhecendo que essa escolha pode impulsionar análises que privilegiam e coloquem em destaque possibilidades interpretativas e a relevância de aspectos textuais muitas vezes desconsiderados em análises anteriores (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO, 2010).

O estatuto do texto, revisitado por Cavalcante e Custódio Filho (2010), revela que, ao considerar a interação como atividade mediadora da construção de sentidos, os estudos passam a reivindicar que seja superada a visão voltada historicamente apenas à materialidade da superfície textual. Desse modo, situar o texto pela perspectiva sociocognitivista implica, para a Linguística Textual,

a necessidade de uma investigação que esteja atenta aos sistemas de conhecimento acionados/construídos quando da produção e interpretação, bem como ao contexto sócio-histórico envolvido em cada situação de comunicação. Em virtude da conjunção de tantos fatores, vê-se que a tarefa de se comunicar é revestida de uma complexidade que demanda a atuação de sujeitos participativos, os quais, ao mesmo tempo em que se constroem na interação, a partir da alteridade, transformam as situações, pois trazem para a comunicação suas experiências particulares (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO, 2010, p. 60).

Assumir essa perspectiva, de acordo com os autores, representa, nos estudos modernos do texto, uma busca por compreendê-lo como um fenômeno que agrega na sua composição uma multiplicidade de fatores, os quais demandam investigações e abordagens mais abrangentes, que não podem ser realizadas, somente, no âmbito de algumas correntes linguísticas. Torna-se imperativo, nessas condições, recrutar o conhecimento advindo de outras áreas, a exemplo da

Antropologia, Sociologia e Filosofia. Nesse sentido, interessa à LT promover uma abertura para o diálogo interdisciplinar com as demais correntes, linguísticas ou não, no intuito de observar aproximações e distanciamentos no que concerne a aspectos teóricos-metodológicos. Nessa empreitada, “o caráter do texto, no estágio atual dos estudos em LT, fala em favor de um objeto dinâmico, multifacetado, resultante de uma atividade linguístico-sociocognitiva, na qual se incluem parâmetros discursivos” (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO, 2010, p. 62).

Subsidiados por uma perspectiva dialógica e multifacetada do que vem a configurar um texto, conforme Cavalcante e Custódio Filho (2010), depreende-se que é preciso integrar às análises, além dos componentes verbais, a sua dimensão semiótica e discursiva, componente indispensável à interpretação. Levar em consideração os aspectos multimodais presentes nos textos, que se estabilizam na forma de gêneros textuais, é uma atividade cada vez mais crescente no terreno em que a Linguística Textual sedimenta seus estudos.

Nesta pesquisa, buscamos uma aproximação com esses postulados em função da importância, para a constituição dos sentidos, dos processos mediados também pela imagem, pois, assim como Cavalcante e Custódio Filho (2010, p. 65), compreendemos que “o pesquisador deve assumir toda a complexidade do objeto texto e propor análises que deem conta dessa multiplicidade, considerando-se que, ainda que se configurem como não verbais” os diferentes modos pelos quais a linguagem se constitui e ressignifica, eles revelam importantes processos interativos e interpretativos.

Nesse sentido, defendemos que as metonímias manifestadas tanto no plano verbal quanto no imagético podem configurar leituras e interpretações válidas acerca dos modos de referir e construir significados por meio de interessantes recursos que integram diferentes semioses. Ademais, acreditamos que essa integração seja responsável, em muitos gêneros textuais, por ativar gatilhos que encaminham para a construção argumentativa dos enunciados, como nas propagandas de trânsito, *corpus* investigado neste trabalho.

Ao abordarmos esses pertinentes conceitos que situam o texto na perspectiva sociocognitiva, adotada atualmente nos estudos da LT, reconhecemos também a necessidade de estender a discussão aos gêneros textuais e à relação que mantêm com o fenômeno da multimodalidade, assunto aprofundado no terceiro capítulo desta dissertação.

Na seção seguinte discorremos sobre a Linguística Cognitiva e sua importância para a formulação do pressuposto teórico que sustenta os modelos cognitivos idealizados de Georg Lakoff, que concedeu à metonímia *o status* de mecanismo conceptual, postulado sobre o qual esta pesquisa se apoia ao buscar estabelecer uma correlação entre esse elemento de natureza inferencial e a construção argumentativa em textos multimodais.

2.3 A Linguística Cognitiva – pressupostos basilares

De modo análogo à consolidação da Linguística Textual como um campo teórico investigativo, a Linguística Cognitiva, ao fim dos anos 1970 e início de 1980, buscou se afirmar como uma importante ferramenta teórica e metodológica em oposição aos modelos formais e ao caráter imanente do significado, conforme posto, inicialmente, no terreno dos estudos linguísticos, tanto por Ferdinand de Saussure quanto por Noam Chomsky e seus seguidores, de vieses estruturalistas e gerativistas, respectivamente.

Como toda ciência, a Linguística Cognitiva atravessou importantes momentos até consolidar seus alicerces. Nesta breve abordagem, traçamos um panorama acerca das contribuições e dos avanços advindos dos seus postulados teóricos basilares, bem como evidenciamos que, a partir dos pontos de divergência com modelos tradicionais de investigação da língua (gramática formal e influência do modelo cartesiano) e por meio dos diálogos com o funcionalismo, é que se consolidou um importante campo de estudos na área da linguística, a Semântica de base cognitiva, assunto da próxima seção.

O que temos hoje como Linguística Cognitiva representa uma ampliação do modelo teórico que se desenvolveu, inicialmente, na Califórnia, ao fim dos anos de 1970, concentrando-se, *a priori*, na figura de George Lakoff, considerado seu maior representante. É importante ressaltar que, apesar de ser contemporâneo às discussões entre cognitivistas e sociocognitivistas acerca de uma teoria da cognição, Lakoff mediou incursões por outros terrenos os quais serão descritos mais adiante.

Nesta abordagem discorremos sobre as principais características e impasses observados no modelo teórico de Chomsky, uma vez que foi o modelo mais contestado especialmente por George Lakoff e Charles Fillmore. Possivelmente, a crítica mais incisiva ao modelo teórico gerativista foi o fato de que, apesar de a linguagem ter sido concebida como um fenômeno mental e o aspecto da cognição ter sido reconhecido e postulado por Chomsky “de modo definitivo” para a compreensão da linguagem, sua abordagem metodológica incidiu sobre um ponto de vista biológico, racional e universal. (MARTELOTA; PALOMANES, 2008, p. 177).

Uma possível justificativa para essa ocorrência deve-se à influência histórica e cultural advinda do percurso histórico e comparatista dos estudos da linguagem, anterior a sua configuração como uma ciência, que se instaurou a partir do corte epistemológico proposto por Ferdinand de Saussure. Assim, desde seu surgimento, no final da década de 1950, o gerativismo de Noam Chomsky consolidou uma tendência que perdurou por algum tempo nos estudos da linguagem, que a concebia como dissociada do corpo, figurando “como um sistema de

conhecimento autônomo depositado no cérebro dos indivíduos e constituído de uma série de princípios inatos referentes à estrutura gramatical das línguas” (MARTELLOTA; PALOMANES, 2008, p. 178).

Lakoff e Johnson (1999) apontam as insuficiências desse modelo de base cartesiana, que concebe a língua como um “aparelho” lógico-formal, e refutam as principais teses de Chomsky, como seguem: primeira, a visão dissociada de mente e corpo; segunda, o princípio da autonomia da razão; terceira, a ideia de que tudo possui uma essência que faz tudo ser o que é; quarta, o princípio da racionalidade, que define a natureza humana como apta ao pensamento racional; quinta, a matemática como razão ideal, capaz de explicar todas as coisas; sexta, a crença na razão como um aparelho formal capaz de manipular representações e estruturar relação entre símbolo e imagem mental sem a interferência das experiências; sétima, a hipótese do pensamento como linguagem e seu caráter descritivo e universal; oitava, o princípio das ideias inatas, as quais independem da experiência; nona, o método da introspecção, segundo o qual, ao refletirmos sobre nossas próprias ideias e conceitos, poderíamos, a rigor, compreender a mente com precisão e absoluta certeza.

Ao considerarmos, conforme explicitado em Lakoff e Johnson (1999), esse modelo automatizado, compartmentado e descorporificado, para compreender a estrutura e o processamento cognitivo da língua, percebemos que muitas foram as problemáticas advindas a partir da consideração desse método interpretativo-regulador e simulador das práticas de linguagem. Ademais, em muitas situações que esse modelo teórico se propôs analisar, foram postas em xeque as considerações sobre uma suposta autonomia da sintaxe, como se a ela coubesse, como um mecanismo autossuficiente, regular e preencher todas as lacunas do processo comunicativo. Embora não se desejasse negar as contribuições dos estudos gerativistas para a compreensão tanto da linguagem como de muitos fenômenos pertencentes à natureza cognitiva, Martelotta e Palomanes (2008, p. 177) esclarecem que

Os gerativistas privilegiavam em suas análises a busca de aspectos linguísticos universais, deixando de lado, portanto, as questões sociais e interativas que caracterizam, de modo mais localizado, o uso concreto da língua nas situações reais de comunicação. [...] em termos mais gerais, a linguagem é vista como um sistema formal interpretado no sentido lógico, isto é, as expressões são construídas por um sistema de regras exclusivamente, que são posteriormente investidas de significação.

Isso ratifica que, apesar de apresentar muitas contribuições para os estudos da linguagem, os postulados gerativistas desconsideravam associações importantes correlacionadas aos níveis sintático, cognitivo, fonológico e semântico da língua, pelo fato de

a conceberem como um mecanismo inato e modularizado, através do qual os sentidos se construíam via estruturas e habilidades específicas da linguagem.

Assim, partindo do questionamento das teorias mais tradicionais, em especial no campo do gerativismo, pesquisadores de base cognitivista se manifestaram em defesa de uma abordagem que contemplasse o estudo da mente como uma estrutura corporificada, assim, de forma híbrida, mente e corpo estariam na base das nossas projeções mentais e dos nossos pensamentos e, consequentemente, nossa comunicação formaria entre mente e corpo um elo indissociável. É nesse contexto que, de acordo com Martelota e Palomanes (2008, p.178),

Muitos pesquisadores se posicionaram contra essa tradição. Entre eles podemos citar linguistas como George Lakoff e Charles Fillmore, cujas reflexões referentes à estrutura semântica das línguas acabaram levando a um questionamento dos pressupostos gerativistas e abrindo caminho para uma abordagem do fenômeno da linguagem. Recentemente, os linguistas que seguem essa nova tendência têm utilizado termos como “cognitivo” e “cognitivista” para designar seus modos de analisar as línguas.

Partindo da rejeição aos pressupostos gerativistas, Langacker, Lakoff, Tomasello e Taylor estabeleceram reflexões referentes à estrutura semântica das línguas, abrindo caminho para uma nova abordagem dos fenômenos da linguagem que, na interface do funcionalismo com o cognitivismo, promovesse diálogos cada vez mais produtivos baseados na captação da experiência para a construção de significados, de modo a não se dissociarem linguagem, pensamento e experiência. Dessa forma, esses desdobramentos e confrontos foram responsáveis por incorporar os fenômenos referentes à interação social, o que permitiu a inserção do vocábulo “sócio”, sendo criado o termo sociocognitivismo, no qual se enfatiza a importância do contexto nos processos de significação e o aspecto social da cognição humana.

Ainda nesse terreno, a reformulação de seis postulados teóricos empreendida por George Lakoff (1987) possibilitou, nos estudos em Semântica Cognitiva, a elaboração da proposta teórica dos modelos cognitivos idealizados como estruturas mentais e atividades representativas do mundo ao curso das interações na mente dos indivíduos.

A Linguística Cognitiva postula que a linguagem não é algo que ocorre de forma dissociada da cognição, aliás, comprehende a primeira como parte da segunda. Muitos dos processos interativos são, pois, mediados por operações de natureza sociointeracional. Desse modo, não se pode compreender o significado como uma versão fiel e espelhada do mundo, um equivalente de forma objetiva. Contrário a isso, a construção de sentidos está intimamente relacionada com as experiências individuais, biológicas, sensoriais, sendo permeada pelos mais diversos processos de interação e comunicação acionados cotidianamente, os quais partem da

individualidade para a coletividade mediante modelos culturais e conhecimentos de mundo experienciados ou culturalmente conhecidos, de acordo com Feltes (2007).

A proposta cognitivista de base interacionista focaliza a linguagem como forma de ação, incorporando fenômenos referentes à interação social. Desse modo, se enfatiza a importância do contexto nos processos de significação e o aspecto social da cognição humana, pois se reconhece que é por intermédio dela que “oramos, ensinamos, discursamos, informamos, enfim, enquadramo-nos nos milhares de papéis sociais que compõem nossa vida diária” (MARTELOTTA; PALOMANES, 2008, p. 179). Isso significa que não existem significados prontos à espera de uma decodificação automática e idêntica por parte dos interlocutores em dada situação comunicativa, mas, sim, mecanismos de construção de sentidos a partir de dados contextuais essencialmente ricos e dinâmicos, que se constituem como produto do trabalho imaginativo da mente humana. Assim, podemos enfatizar, com apoio em Lakoff e Johnson (2002), que os significados não são elementos mentais únicos e estáveis, mas resultado de complexos processos de integração que envolvem, muitas vezes, diferentes domínios do conhecimento.

A abordagem de caráter lógico-formal, que durante muito tempo caracterizou e ainda caracteriza a Linguística Gerativa, foi responsável por influenciar o pensamento de que os elementos da vida mental de um indivíduo são primitivos e componentes de uma ordenação lógica, no entanto uma análise mais cautelosa e desprendida do viés inatista demonstra que, na verdade, esses elementos se constituem como produto final de um amplo e significativo trabalho imaginativo da mente humana.

Ao contrário do que preconiza “a capacidade inata da linguagem”, para Lakoff (1987), o sentido não constitui uma propriedade intrínseca da linguagem, mas opera como resultado de uma atividade conjunta que pressupõe cooperação associada a operações de projeção e transferência entre domínios. Uma vez que os processos cognitivos e interativos estejam associados ao funcionamento das línguas, pode-se dizer que a formação básica de frases, aparentemente simples, em qualquer língua, recebe a influência desses fatores.

Os cognitivistas interacionistas não dissociam mente de corpo, visto que, para eles, o pensamento é corporificado e é através do corpo que obtemos nossos primeiros contatos com o mundo, sendo que, a partir daí, algumas extensões de sentido são estabelecidas. Martelota e Palomanes (2008) explicam que, desde a mais tenra idade, fazemos uso das experiências corpóreas e mentais para dar sentido às coisas. Dessa forma, simples gestos do cotidiano podem apresentar categorizações diferentes, visto que sua interpretação mobiliza conhecimentos socioculturais e requer a compreensão das intenções que estão por trás deles. De modo análogo,

os autores reforçam que o sentido de um quadro, por exemplo, não está circunscrito a sua materialidade, mas na interpretação que somos capazes de construir a partir dele por meio da experiencião.

Essa perspectiva toma os sentidos como unidades conceptuais e as palavras e as estruturas da língua, como recursos para simbolizar a construção que o falante faz de cenas ou fatos da vida cotidiana. Pressupõe-se que a construção de uma cena envolve sempre uma relação entre um falante (ou um conceptualizador) e uma situação que ele toma em consideração. Isso implica dizer que, a referência ao mundo através das palavras, não se faz de acordo com uma descrição objetiva de como ele é, mas de acordo com a visão que se tem do que ele é, ou seja, do que ele significa. Desse modo, existe uma relação direta e indissociável entre o sujeito e a construção do significado (MARTELOTTA; PALOMANES, 2008).

Esses novos conceitos e postulados dos estudos da Linguística Cognitiva fornecem um campo teórico rico e conceitual a demonstrar o funcionamento/acionamento de conhecimentos arquivados e estabilizados na mente humana, a exemplo das molduras comunicativas, caracterizadas por um conjunto de conhecimentos prévios indispensáveis à construção de sentidos, e dos esquemas imagéticos, que podem ser classificados como genéricos e flexíveis refletores de aspectos importantes da experiência humana. Trata-se de modelos cognitivos idealizados que compõem estruturas através das quais nosso conhecimento se organiza, numa mesclagem que se configura como conexões entre diferentes domínios conceptuais e a projeção, que seria propriamente a conexão entre domínios cognitivos (MARTELOTA; PALOMANES, 2008, p. 185).

A construção dos sentidos passa a ser considerada em um processo de trocas e negociações entre falantes e ouvintes, os quais estão imersos em um contexto social, histórico e cultural no qual estão e são (re)constituídos. Este, possivelmente, constitui um dos pontos de intersecção mais notáveis entre os estudos da Linguística Textual e os da Linguística Cognitiva, apoiados em uma perspectiva sociocognitiva, proposta que fundamenta esta pesquisa.

2.3.1 Metonímia: do viés tradicional à abordagem cognitiva

Os textos que remontam, principalmente, à antiguidade clássica apresentam uma forte tendência de prender/ganhar a atenção do seu auditório em razão, principalmente, da sua construção retórica singular, que inclui zelo com a linguagem, evidenciado em uma criteriosa seleção de palavras. Nesse cenário clássico, em termos de linguagem, tanto o caráter ornamental (poético) quanto a persuasão (retórica) parecem atuar, quando não dissociados, um a serviço do outro (ARISTÓTELES, 2004).

Esse senso estético, que perdurou e influenciou, por muitos séculos, a oratória, a escrita e os estudos linguísticos parece ter sido responsável por relegar às figuras de palavras, metáforas e metonímias, uma abordagem na qual elas figuraram apenas no plano linguístico, sendo o seu aspecto referencial associado a uma simples implicação de troca, desvio ou substituição de uma palavra por outra. Tomando isso por base, de acordo com a visão aristotélica da linguagem, a uma criteriosa seleção lexical caberia estabelecer estreitas relações com o efeito ornamental e estilístico das composições e, por isso, esse método, adotado para a abordagem das metáforas e metonímias, durante muitos séculos, limitou-se a dimensões significativas muito aquém do alcance real e do potencial expressivo proporcionados por tais figuras.

Quanto a isso, Fiorin (2014) afirma que os discursos do ocidente sofreram forte influência da Retórica, arte discursiva caracterizada pela “ação de falar”, a qual se propunha a lançar mão de um conjunto de técnicas para aperfeiçoar o dizer a um determinado auditório. Em sua obra *Figuras de Retórica*, Fiorin (2014) aborda, dentre outras figuras, as metáforas e as metonímias e atesta que elas atuam por intermédio de operações enunciativas, com vistas a enfatizar algum elemento do discurso, podendo ser descritas, por conta dessas características, como importantes mecanismos discursivos. Nesses termos,

A metonímia é uma difusão semântica. No eixo da extensão, um valor semântico transfere-se a outro, num espalhamento sêmico. Com isso, no eixo da intensidade, ela dá uma velocidade maior ao sentido, acelerando-o, pois, ao enunciar, por exemplo, um efeito, já se anuncia também a causa, suprimindo etapas enunciativas. Ao dar ao sentido aceleração, a metonímia tem um valor argumentativo muito forte. O que estabelece uma compatibilidade entre os dois sentidos é uma contiguidade, ou seja, uma proximidade, uma vizinhança, um contato [...]. Metonímia, em grego, significa “além do nome, o que sucede o nome”. A metonímia é, pois, o tropo em que se estabelece uma compatibilidade predicativa por contiguidade, aumentando a extensão sêmica com a transferência de valores sêmicos de um para outro dos elementos coexistentes e aumentando sua aceleração com a supressão de etapas de sentido. (FIORIN, 2014, p. 37-38).

O pesquisador enfatiza que, em muitas ocorrências nas quais essa figura encontra-se ancorada, sua dissociabilidade discursiva do contexto enunciativo/comunicativo impossibilita a percepção de todo o potencial argumentativo e persuasivo que ela apresenta.

Podemos perceber que o uso da metonímia e sua relação com a comunicação humana não é recente, outrossim, é inegável também a percepção do quanto o potencial linguístico-cognitivo dessa importante figura foi desconsiderado durante tanto tempo. Condicionada, então, historicamente aos estudos clássicos da linguagem, a metonímia, segundo Aristóteles (2004), figurava ao lado da metáfora em um mesmo grau de importância, definidas como idênticas, servindo, por analogia, à transferência de sentido de uma coisa para a outra ou, ainda, de uma espécie para outra.

Paiva (2010) observa que a indistinção apregoada por Aristóteles apresenta, na contemporaneidade dos estudos do fenômeno, alguns equívocos. A pesquisadora argumenta que o autor clássico, ao definir metáfora como “a transferência do nome de uma coisa para outra, ou gênero para a espécie, ou da espécie para o gênero, ou de uma espécie para outra, ou por analogia” (ARISTÓTELES, 2000, p. 63 *apud* PAIVA, 2010, p. 8), desconsidera que

dos quatro exemplos de metáfora citados nessa definição, percebe-se, claramente, que os três primeiros, são na realidade, exemplos de metonímia. Isso é confirmado pelas exemplificações que ele oferece ao leitor. Como exemplo de analogia, o único que seria hoje considerado como metáfora, ele cita “a velhice como a tarde da vida, ou o ocaso da vida” (p. 64), pois, por analogia, a velhice está para a vida como a tarde está para o dia. Os outros são de metonímia, como o de transposição do gênero para a espécie, com a frase “Meu barco está parado”, e explica que “fundear” é “uma espécie do gênero parar” (p. 64). É interessante observar que em uma das versões da “Arte Poética”, a tradução do exemplo é: ““minha nau aqui se deteve”, pois lançar ferro é uma maneira de “deter-se”. A comparação entre as traduções mostra que o primeiro tradutor usou “fundear”, uma metáfora e que significa “deitar ferro ou âncora”, uma metonímia dupla, pois, se observamos a expressão verbal, ela descreve parte do processo de parar o barco; se pensarmos no objeto usado nessa cena marítima, teremos a substituição da matéria pelo objeto, pois a âncora é feita de ferro. (PAIVA, 2010, p. 8).

Pontuamos que os conceitos inicialmente definidos para explicar a metonímia foram, aos poucos, adquirindo novos contornos, e a distinção entre ela e a metáfora percorreu uma interessante trajetória nos estudos linguísticos, em especial naqueles tomados pela Linguística Cognitiva. É importante ressaltar que, nesta seção, nos deteremos em uma breve discussão acerca de como a metonímia é concebida pelo viés das gramáticas e dos estudos clássicos da linguagem, bem como de sua passagem à percepção pela ótica cognitiva.

Nesse intuito, tomamos por base dois importantes gramáticos, Rocha Lima (1972) e Cegalla (2008), levando em consideração um espaço temporal considerável entre as publicações

de cada um, a fim de verificar se há uma evolução significativa no conceito de metonímia nesses dois manuais de estudo da língua.

Na concepção de Rocha Lima (1972, p. 605), a metonímia pode ser entendida por meio de uma relação de contiguidade: “origina-se este tropo das ideias evocadas por outra com a qual apresentam certa interdependência. Se leio Os Lusíadas, lembro-me de Camões, seu autor; se me refiro a navio, vêm-me à lembrança as suas velas — partes que são daquele todo”. O autor discorre, por meio de uma série de exemplos, sobre as possibilidades de ocorrência de metonímias, atrelando sua manifestação ao plano linguístico, sem menção contextual, com ênfase na relação de contiguidade (extensão referencial). Dentre os exemplos apresentados pelo autor, destacamos os que constam no quadro 1:

Quadro 1 – Lista de relações metonímicas em Rocha Lima (1972)

a) O efeito pela causa:	As cãs inspiram respeito. (velhice).
b) O autor pela obra:	Ler Machado de Assis. Havia no salão um Rafael. (obras)
c) O continente pelo conteúdo:	Tomar uma taça de chá, uma garrafa de vinho. (taça, garrafa)
d) A parte pelo todo:	Completou quinze primaveras (quinze anos). “Aquele que criou todo o Hemisfério,” (CAMÕES) (hemisfério = mundo). “Ele sabia que Deus derramara seu sangue para que o mundo o amasse.” (JOSÉ LINS DO REGO) (o mundo = os homens)
e) O singular pelo plural:	A mulher tem sempre rara intuição (as mulheres).
f) Característica pelo produto	“(Um homem) trazia um ferro na mão gotejando vermelho, uma faca de lâmina estreita ou um punhal.” (RAUL POMPÉIA) (vermelho = sangue)
g) Abstrato pelo concreto	“A vingança vai-lhes no encalço.” (ALEXANDRE HERCULANO) (vingança = vingadores: o abstrato pelo concreto)

Fonte: Rocha Lima (1972, p. 605).

Cegalla (2008, p. 615), por sua vez, define metonímia como um mecanismo que “consiste em usar uma palavra por outra, com a qual se acha relacionada. Essa troca se faz não porque as palavras são sinônimas, mas porque uma evoca a outra”. O autor apresenta, assim como Rocha Lima (1972), um quadro teórico (Quadro 2) e atesta que há ocorrência de metonímia quando se emprega:

Quadro 2 – Lista de relações metonímicas em Cegalla (2008)

a) O efeito pela causa:	Os aviões semeavam a morte. [= bombas mortíferas] [as bombas= a causa; a morte= o efeito]
-------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------

b) O autor pela obra:	Nas horas de folga lia Camões. [Camões = a obra de Camões]. Um Picasso vale uma fortuna. [Picasso = o quadro de Picasso]
c) O continente pelo conteúdo:	Tomou uma taça de vinho. [= o vinho contido na taça] A terra inteira chorou a morte do santo pontífice. [= os habitantes da terra]
d) O instrumento pela pessoa que o utiliza:	Ele é um bom garfo. [= comedor, comilão, glutão] As penas mais brilhantes do país reverenciaram a memória do grande morto. [= os escritores]
e) O sinal pela coisa significada:	Que as armas cedam à toga. [Isto é, que a força militar acate o direito] O trono estava abalado. [isto é, o império]
f) O lugar pelos seus habitantes ou produtos:	"A América reagiu e combateu." (LATINO COELHO) [América= lugar pelos seus habitantes] Aprecio o madeira. [= o vinho fabricado na ilha da Madeira]
g) O abstrato pelo concreto:	A mocidade é entusiasta. [Mocidade= moços] "Diffícil conduzir aquela bondade trôpega ao cárcere, onde curtiam pena os malfeiteiros." [bondade = o bom velho] (GRACILIANO RAMOS)
h) A parte pelo todo:	Ele não tinha teto onde se abrigasse. [Teto = casa] Márcia completou ontem vinte primaveras. [Primaveras = anos] João trabalha dobrado para alimentar oito bocas. [bocas = pessoas]
i) O singular pelo plural:	O homem é mortal. [o homem = os homens] "Foi onde o paulista fundou o país da Esperança." (CASSIANO RICARDO) [paulista= habitantes de São Paulo]
j) A espécie ou a classe pelo indivíduo:	"Andai como filhos da luz", recomenda-nos o Apóstolo (para dizer São Paulo). [São Paulo (indivíduo) foi um dos apóstolos (espécie)]
k) O indivíduo pela espécie ou classe:	Os átilas das instituições (destruidores)/ O Judas da classe (traidor)
l) A qualidade pela espécie:	Os mortais [em vez de os homens]
m) A matéria pelo objeto:	Ouvia-se o tinir dos cristais. [= copos]. Estava sem um níquel no bolso. [= moeda]. Os irracionais [= os animais] "O aço de Zé Grande espelha reflexos dos cristais ... " (HAROLDO BRUNO) [aço = faca]

Fonte: Cegalla (2008, p. 616).

Considerando os dois posicionamentos teóricos e estabelecendo uma linha temporal que distancia os dois autores, observamos que, tanto na concepção de Rocha Lima (1972) quanto na de Cegalla (2008), a metonímia foi e continua apresentada em manuais da língua como um fenômeno atrelado ao plano extensivo referencial.

Verificamos, ainda, que, ao estabelecer uma lista (quadro descritivo) para ocorrências metonímicas, Cegalla (2008) avança no sentido de listar mais ocorrências do fenômeno, porém esbarra novamente no aspecto reducionista para a figura ao tentar enquadrá-la pela lógica ainda objetivista da língua. O gramático também se mostra afeito ao modelo aristotélico de separar as coisas em categorias e conceber a linguagem como uma relação transparente entre escolhas

lexicais e significados etiquetados, prontos à espera de decodificação. A definição de Cegalla (2008), embora contribua para ampliar o enquadramento do fenômeno e avance no sentido de uma maior percepção da sua relação de contiguidade, corroborada também por Rocha Lima (1972), desconsidera, por outro lado, a natureza inferencial, cognitiva e conceptual do processo, pois os mapeamentos demonstrados situam-se em frases destituídas de contexto, cabendo apenas o enquadramento linguístico referencial do fenômeno.

Corroborando essas explanações, um dos estudos mais recentes em que se faz uma análise da abordagem das figuras metáfora e metonímia em uma gramática de ensino da língua foi empreendido por Nunes *et al.* (2021), que sinaliza para um alargamento no campo conceitual da descrição da metáfora, porém, mediante análise no material didático, os pesquisadores ressaltam que a metonímia é apresentada ainda de forma tímida, sem uma sinalização para seu aspecto conceptual. Os autores ressaltam também que, no referido material, o fenômeno metonímico ancora-se apenas no plano linguístico.

[...] no tocante à metonímia, percebeu-se uma aproximação ainda muito ancorada na sua abordagem como uma figura retórica e que estabelece apenas uma relação direta entre um elemento que, por uma relação de extensão ou contiguidade, se conecta a outro. Admite-se como possível justificativa a ausência de um maior volume de pesquisas que centrem suas análises e investigações sobre esse fenômeno aparentemente simples, que, por sua natureza composicional de integração em apenas um domínio, não parece despertar o interesse, diferente da metáfora, que atrai os mais diversos e interessados olhares (NUNES *et al.*, 2021, p. 92).

Os pesquisadores, ao final das suas análises, destacam muitos pontos positivos em relação aos estudos da metáfora, ressaltando que, no manual de ensino, a abordagem da metonímia deu ênfase apenas ao plano linguístico referencial. Nesse sentido, ao se conceber essa figura desse modo, é possível “estar salvo engano, diante de um grande equívoco, pois esta figura (a metonímia) parece revelar uma face extremamente significativa e dotada de uma natureza inferencial capaz de resgatar importantes conceitos e significações” (NUNES *et al.*, 2021, p. 92).

Ainda sobre as abordagens da metonímia, em Al-Sharafi (2004), encontramos a confirmação de que, apesar de muitos esforços dedicados ao estudo do fenômeno, as contribuições do campo teórico não demonstram muitos avanços, pois o enquadramento da figura como um recurso poético enseja que ela seja percebida como um desvio de linguagem, reforçando, assim, as definições clássica e retórica, as quais, mesmo considerando sua participação em questões relacionadas à significação, não foram devidamente aprofundadas à época. De modo análogo, Paiva (2010, p. 9) ao retomar as pesquisas do referido estudioso, postula que

Em sua ampla revisão sobre o assunto, Al-Sharafi (2004, p.19-20) pontua que a metonímia, na retórica ocidental, foi entendida ora como substituição de palavras, ou entre coisas, e, em outros momentos, como uma questão de significação, mas salienta que não houve integração dessas visões em um modelo coerente e nem avanços na discussão pelas gerações subsequentes. Ao contrário, o que ele constata é que houve uma oscilação entre tentativas de progresso e retorno à definição clássica. Além disso, o tratamento da metonímia ficou restrito a exemplificações dentro do pressuposto de que “a metonímia é um recurso poético que contém algum tipo de desvio do modo normal da estrutura da linguagem com o objetivo de fornecer algum charme e grandeza ao estilo”.

Ao mencionar os trabalhos de Al-Sharafi, na esteira de Rosiene (1992), Paiva (2010) menciona quatro processos que envolvem a significação metonímica, os quais, segundo a autora, não devem ser desconsiderados:

(1) a denominação através da escolha de um referente; (2) um processo de abstração da relação de contiguidade entre os referentes; (3) a compreensão dessas relações; e (4) a conclusão do processo metonímico chamando algo de um nome que não é seu nome comum, mas com o qual está associado (ROSIENE, 1992, p. 183 *apud* PAIVA, 2010, p. 9).

Nesses quatro processos, verifica-se uma importante relação entre a metonímia e a construção dos referentes. Essa percepção mostra-se efetivada e empreendida nos mais recentes estudos do campo da referenciação, assunto que será aprofundado nas seções seguintes.

Retomando o contexto dos estudos norteados por um viés tradicional de concepção da língua, Jakobson ([1956] 2003) foi o principal responsável por alavancar e atrair a atenção para os estudos linguísticos interessados em descrever o funcionamento de metáforas e metonímias. Ao estabelecer uma dissociação entre os dois fenômenos, passa a descrevê-los tomando por base os postulados dos eixos paradigmático e sintagmático. Para ele, essas figuras atuam como os dois grandes eixos nos quais se assenta a linguagem humana.

De acordo com Jakobson ([1956] 2003), a construção de um discurso pode ocorrer levando em consideração duas importantes e por vezes até complementares linhas de atuação: a similaridade e a contiguidade. Tomando por base esses conceitos, ele situa a metáfora no eixo das similaridades (paradigmático) e o discurso metonímico no eixo sintagmático. Acerca desse último, afirma que as significações estariam ancoradas no âmbito da contiguidade, recurso através do qual uma palavra forneceria, por extensão do significado, acesso a outra situada no mesmo universo semântico. Jakobson ([1956] 2003) possibilita assim o ponto de partida para a formulação de importantes teorias, a exemplo da teoria dos espaços mentais e dos modelos cognitivos idealizados, que subsidiariam muitos estudos promissores empreendidos por

importantes semanticistas do campo da cognição, a exemplo de Fauconnier (1994,1997), Lakoff (1980, 1987) e Lakoff e Johnson (2002).

Vale ainda pontuar outra grande contribuição dos postulados de Jakobson ([1956] 2003) para os estudos posteriores acerca da metonímia. Isso se deve ao apontamento, proposto pelo pesquisador, que permitiu a inserção da metonímia em um campo investigativo que extrapola o âmbito apenas linguístico do fenômeno. O pesquisador ao propor uma exemplificação das figuras estilísticas, valendo-se de uma analogia entre o cubismo e o surrealismo, duas importantes e inovadoras tendências de arte vanguardistas, postula que a perspectiva cubista estaria voltada para uma interpretação do fenômeno metonímico (fragmentação e perspectiva), enquanto o surrealismo poderia ser associado ao processo metafórico (integração, hibridização, fusão). Desse modo, o autor anuncia a possibilidade da experiência dos eixos metafóricos e metonímicos compreendidos por meio do universo semiótico e seus elementos constituintes.

Corroborando os postulados de Jakobson ([1956] 2003), Fiorin (2014) indica que o quadro *Guernica*¹, de Picasso, é formado por um processo metonímico, explicando que a obra traz em sua constituição elementos que, embora fragmentados, se conectam de modo a enfatizar o quadro de horror que se instala em uma guerra. O monocromatismo resultante do uso apenas das cores cinza, branco e preto, somado à ausência de relevo argumentam na direção de que não há mais formas de vida e atestam para a natureza e tristeza (simbologia) da morte em toda a extensão da imagem. Assim, o autor segue discorrendo sobre mais ocorrências metonímicas:

[...] as figuras dos caídos, bem como as coisas representadas (a lâmpada a querosene, a lâmpada elétrica, as chamas do incêndio, o touro) mostram que os aviadores alemães destruíram a vida, considerada tanto do ponto de vista da natureza quanto da história. *Guernica* representa o horror da guerra, com seu cortejo de destruições. Com ela desaparece a vida, desaparece a arte, desaparece a civilização (FIORIN, 2014, p. 15).

A partir das mudanças supramencionadas, o eixo teórico dos estudos cognitivos toma a metonímia como um dos objetos de investigação e promove uma ruptura na abordagem à qual essa figura esteve historicamente condicionada. Assim, ultrapassando a reduzida noção de extensão referencial, a metonímia passa a ser estudada dentro das abordagens linguístico-cognitivas, evidenciando sua capacidade de “propiciar o entendimento”. Ressita-se, pois,

¹ Pintura em óleo sobre tela do pintor espanhol e cubista Pablo Picasso, que busca traduzir o quadro de horror instalado durante a Guerra Civil espanhola. Produzida em 1937, *Guernica* é considerada uma das mais emblemáticas obras do artista, o qual retrata o caos causado pelo bombardeio à cidade de Guernica, que se evidenciou em um grande massacre de ordem nazista. (Cf. MIRANDA, Dilmar Santos in: Artes Pásticas: História da Arte II, UECE, 2019, edUECE).

como fenômeno constitutivo na base da formação de conceitos e experiências de mundo, passando a ser descrita “como um mecanismo conceptual da língua” (LAKOFF; JOHNSON, 2002, p. 93).

Com base nessas abordagens, acrescentamos que a metonímia ganha *status* diferenciado na compreensão dos processos de significação e, sob a égide cognitiva, passa a ser analisada como um veículo detentor de um caráter e uma natureza inferencial que lhe conferem o poder de carregar em seu escopo, de forma comprimida ou expandida, um grande repertório sociocultural que pode facilmente ser acessado via operações mentais. Esse caráter inferencial da metonímia encontra suporte nos estudos empreendidos por Panther e Thornburg (1999), que ratificam o funcionamento das metonímias no aparato cognitivo, descrevendo-os como esquemas naturais de inferências. De acordo com esses pesquisadores, as estruturas ou modelos metonímicos seriam responsáveis por estabelecer relações indissociáveis entre o todo e suas partes, ou o contrário.

Lakoff e Johnson (2002) explicam que as metonímias perpassam a capacidade de estruturar apenas a linguagem humana em termos de entendimento, destacando que elas também estão situadas nas organizações do pensamento, nas atitudes e ações, organizando, portanto, a base do conhecimento conceptual. As representações metonímicas podem ser manifestadas em situações nas quais apenas uma parte é facilmente percebida, sendo que, através de operações cognitivas, determinada cena, em sua amplitude, é resgatada.

A compreensão da metonímia como um processo cognitivo, de acordo com Abreu (2008), ocorre em termos de projeção através da qual conceitos são resgatados, ampliados e inferidos, pois

A nossa experiência de projeção mais comum é a da projeção de uma parte em um todo. Se estamos diante de uma pessoa sentada do outro lado de uma mesa, nossa percepção visual abarca apenas parte do seu tronco, a cabeça e, possivelmente, os braços. Sabemos, entretanto, que ela se encontra inteira atrás da mesa. Essa conclusão se fundamenta numa projeção: projetamos a parte que percebemos visualmente no todo que é a parte inteira. (ABREU, 2008, p. 50).

A exemplificação apresentada por Abreu (2008), se aplicada a outros domínios, diferente do PARTE PELO TODO, por exemplo, reforça o aspecto conceptual e inferencial da metonímia e sua correlação com a experiência dos objetos do mundo. Partindo dessa observação, podemos afirmar que a construção de um conceito via ativação metonímica pode ser capaz de suscitar, acessar, ainda que de forma sutil, cenas ou conhecimentos construídos mediante a interação social e cultural, a depender, no entanto, do conhecimento enciclopédico compartilhado e recuperada pelos interlocutores.

A respeito da face tradicional dos estudos metonímicos, Abreu (2008, p. 51) afirma que “a metonímia era tratada apenas como figura de linguagem, mas modernamente é entendida como um dos principais processos cognitivos utilizados no dia a dia pelo ser humano”. Nesse sentido, o autor acrescenta que os fatores que nos levam a construir projeções metonímicas estão intimamente ligados a aspectos históricos e sociais, os quais são resgatados em função do seu caráter conceptual e inferencial, corroborando os postulados de Panther e Thornburg (1999).

Abreu (2004) comprehende a metonímia como uma forma de linguagem que carrega em si projeções da emoção e aborda o processo de formação dos amálgamas cognitivos como relevantes modos de projeções de valores via ativações metonímicas. O autor exemplifica a associação entre metonímia e emoção por meio de uma referência ao livro de Platão (1996), recorrendo, de modo ilustrativo, a um trecho do diálogo entre Sócrates e seu discípulo Fédon, no qual o primeiro cita a “reminiscência” como uma forma de manifestação da metonímia emocional, a despeito da natureza e sensações despertadas na alma dos amantes ao entrar em contato com uma lira, trajes ou outras coisas usadas pelos que amam. Sobre esse caráter extensivo das emoções ativado por meio de gatilhos metonímicos, Abreu (2008), ao associar essa característica à publicidade, constata que

É em função da memória emocional, que muitas agências de propaganda utilizam locais paradisíacos, belas garotas, celebridades para anunciar seus produtos. Elas apostam no efeito de projeção desses locais, das garotas ou das celebridades sobre aquilo que pretendem vender. Esse tipo de colagem é chamado de amálgama cognitivo. Numa atitude muitas vezes criminosa, algumas agências de publicidade associam o esporte ao consumo de cigarros e o consumo de cerveja a corpos bonitos. (ABREU, 2008, p. 52).

O autor evidencia que a metonímia é um elemento constitutivo de nossas ações, pensamentos e formas de compreender o mundo, podendo ser usada, inclusive, para fins que buscam apresentar uma despretensiosa persuasão, com uso da ancoragem cognitiva para ativar gatilhos emocionais que interessam à construção, muitas vezes, silenciosa da propaganda publicitária. Abreu (2008) discorre sobre essas construções, que ele considera amálgamas (liga/conexão), e demonstra em seus postulados a relação entre a afeição e ativação de gatilhos persuasivos, desenvolvidos por um potencial consumidor perante um determinado produto ou marca.

Tomando por base as discussões apresentadas nesta seção, inferimos, apoiados, principalmente, em Lakoff e Johnson(2002) e Abreu (2004, 2008), que a metonímia conceptual funciona como um grande depósito de informações, mas projeta, a partir de uma cena maior, uma menor porção, seja por um recurso de economia linguística, seja por fatores demandados

por uma ordem intencional dos locutores, deixando a cargo deles, mediante operações cognitivas (projeções) ou inferências, o resgate e a construção de sentidos, formulando juízos de valor acerca do mundo e dos seus significados.

2.3.2 Modelos cognitivos idealizados metonímicos

No escopo dos estudos linguísticos, surge, nos anos 1970, a Semântica Cognitiva como uma importante subárea da Linguística Cognitiva, tendo como fortes influenciadores os resultados advindos dos estudos no campo da psicologia experimental. Por se tratar de uma proposta inovadora, é vista como um pressuposto teórico muito ousado, por opor-se, de forma muito direta, aos modelos lógicos-formais já existentes para a semântica das línguas naturais. No âmbito da Semântica Cognitiva, os pesquisadores, apesar de não serem unânimes em suas percepções, têm como ponto de convergência o pressuposto de que, em linhas gerais, o significado está intimamente relacionado às estruturas conceituais presentes na mente (LENZ, 2013).

Nesse ponto principal de convergência, Lakoff (1987) fundamenta o seu conceito de semântica. Para esse teórico, que adota uma visão de mente corporificada, o significado se ancora na relação entre o indivíduo e sua interação com o meio. Embora hoje esse postulado esteja muito bem definido e situado na grande área da Linguística Cognitiva, vale ressaltar que ele atravessou importantes momentos e auferiu contribuições de outras áreas interessadas nos estudos da relação entre linguagem e cognição, isto é, o modelo proposto por Lakoff (1987) não se firmou imediatamente, tendo trilhado um importante, decisivo e, por vezes, acidentado percurso epistemológico.

O amadurecimento e consolidação do modelo de Lakoff (1987) ocorreram ao longo de três importantes momentos. Segundo Feltes (2012), inicialmente, se observa a ruptura com o gerativismo e os postulados de Chomsky, estabelecendo-se a partir de então como uma ciência de caráter empírico. Posteriormente, esses postulados iniciais encontraram na proposta experimental de Eleonor Rosch, no campo da psicologia, a teoria dos protótipos, sendo este o ponto fundamental para a conexão entre a Psicologia Cognitiva e a Linguística, pois é a partir dessa teoria que Lakoff reivindica, para o estudo de muitas questões relacionadas à semântica, a consideração do processo humano de categorização como ponto de partida para a compreensão de como os significados são estruturados.

A teoria prototípica de categorização é, portanto, a grande responsável por alavancar e sedimentar o espaço interdisciplinar já empreendido pelo pesquisador. Feltes (2012), ao

mencionar a importância da terceira fase, a qual constitui a sedimentação da teoria dos modelos cognitivos, proposta por Lakoff, afirma que essa teoria constitui

tanto uma resposta a questões teóricas levantadas no âmbito da Teoria Prototípica como a questões semânticas (e mesmo pragmáticas) que têm persistido como problemas anômalos em diferentes matrizes disciplinares assumidas pela Linguística científica. A semântica cognitiva prototípica de Lakoff assenta-se, pois, sobre essa Teoria dos Modelos Cognitivos Idealizados, que, embora programática, parece, como veremos, acenar com alguns “insights” interessantes para o estudo da significação das línguas naturais. (FELTES, 2012, p. 49).

Das severas críticas ao modelo chomskyano, motivadas especialmente pelas tentativas frustradas de construir uma semântica gerativista, e do encontro com a psicologia experimental e a teoria prototípica, Lakoff apresenta seis teses que demarcam seu rompimento definitivo com o gerativismo e que são fundamentais para a sustentação do seu postulado teórico, que defende uma visão corporificada da linguagem. Feltes (2012) destaca as teses que embasam a semântica cognitiva de Lakoff (1982):

1. A faculdade linguística não é independente de outras faculdades.
2. As estruturas e processos da linguagem natural, no mínimo de alguma maneira, dependem de e seguem-se de estruturas e processos de várias capacidades humanas não linguísticas [...]
3. A faculdade linguística faz uso de outras faculdades inatas, não sendo pacífico que haja setores dessa faculdade que sejam ao mesmo tempo inatas e específicas para a linguagem.
4. Diversos aspectos da estrutura linguística dependem de processamento cognitivo e uso.
5. As línguas naturais relacionam enunciados em discursos e significados em contexto.
6. A estrutura linguística tem tanto aspectos holísticos como atomísticos, o que quer dizer que:
 - 6.1 o significado do todo não é necessariamente função dos significados das partes, podendo depender, por exemplo, de nossa percepção, de nosso conhecimento de mundo ou de nossa maneira de ver o mundo (pontos de vista, propósitos etc.)
 - 6.2 não há necessidade de predicados atômicos, já que a análise semântica é um processo humano e como tal, está sujeito a princípios de análise em termos gestálticos (LAKOFF, 1982 *apud* FELTES, 2012, p. 50).

Desse modo, não é difícil perceber que, para Lakoff (1982), uma teoria da linguagem deveria fundamentar-se principalmente na noção de experiência. Nesse sentido, uma teoria da cognição precisava levar em conta o desenvolvimento humano e as experiências advindas da interação do indivíduo com o meio social em que se insere, bem como o tipo de relação estabelecida com esse contexto.

Feltes (2012) explicita que essa visão experencialista proposta pelo autor vai muito além de mais uma abordagem para os fenômenos linguísticos, já que se fundamenta como uma epistemologia que se interessa por “questões gerais sobre cognição humana, sobretudo daquelas

relativas à capacidade de categorização, pois, conforme o autor, é através da categorização que a experiência se faz significativa para o indivíduo” (FELTES, 2012, p. 51).

A noção de experiência, que subsidia os postulados de Lakoff, advém das raízes filosóficas do realismo interno de Putnam (1981), que surge da discordância dos pressupostos de base do realismo metafísico ou externalista, predominante na época. Enquanto para o realismo metafísico “o mundo existe independentemente da mente humana e das teorias por elas geradas”, sendo os significados construídos por meio de uma relação direta entre a expressão linguística e as coisas do mundo, o realismo interno diverge e apoia-se no experiencialismo para sustentar “que os signos não correspondem intrinsecamente aos objetos independentemente dos esquemas conceituais dos usuários e do modo como eles os empregam numa dada comunidade” (FELTES, 2012, p. 51).

Estudar, pois, o significado na visão experiencialista que fundamenta a Semântica cognitiva prototípica de George Lakoff é, de acordo com Feltes (2012, p. 52), compreendê-lo em termos de corporalidade, considerando-se a coletividade das capacidades biológicas, as experiências sensoriais, motoras e sociais mediante uma constante interação entre homem e mundo.

Essas contribuições advindas dos postulados da Semântica Cognitiva Prototípica, ao implementarem a ideia de mente corporificada, trouxeram à luz a importância dos processos interativos e das trocas de saberes mediadas pela interação social para a organização do conhecimento. Nesse âmbito, o aspecto social da cognição, a possibilidade de realizar experiências humanas de caráter sensorial e estético e a instabilidade das categorias (processos de reformulação dos significados) demonstraram que a base do funcionamento da mente e, consequentemente, da produção e estabilização de significados resulta de processos complexos que ocorrem pela integração entre domínios e que podem, de maneira mais simples, ser descritos como espaços do conhecimento (FELTES, 2012).

Nos postulados de Lakoff e Johnson (2002), a mente humana é entendida como um sistema que opera através de mapeamentos e projeções, os quais correlacionam e acessam estruturas conceituais por nós já conhecidas. A esse conjunto de conhecimentos organizados em estruturas acessíveis na mente é dado o nome de modelos cognitivos idealizados (MCIs).

A semântica conceitual, proposta por Lakoff (1987), fornece os aprofundamentos acerca de como o conhecimento se estrutura, mediante o conjunto das seis teses supracitadas, e de como se fundamenta a noção dos modelos cognitivos idealizados. O termo “idealizado” surge para explicar que o conhecimento é dado via processos que, em sua elaboração, requisitam do indivíduo um amplo repertório de experiências, vivências, atitudes, crenças, valores, advindos,

em especial, das suas formas de interagir e experimentar as coisas e as sensações do mundo, sendo que é em termos de corporalidade que compreendemos esses conceitos por meio da conceptualização humana (modelos cognitivos). O pressuposto básico dessa teoria é o de que o conhecimento se organiza por meio de MCIs, compreendendo-se que a estrutura de categorias e os efeitos prototípicos resultam dessa organização (LIMA, 2009).

De acordo com Feltes (2012), a elaboração da teoria dos modelos cognitivos idealizados, proposta arrolada por Lakoff (1987), parte de uma ampliação e revisita às noções que conferem às metáforas e a metonímias o *status* de fenômenos de ordem conceptual. Feltes (2012) acrescenta a esses postulados inicialmente desenvolvidos em Lakoff e Johnson (1980) outras três importantes fontes conceituais: a Semântica de Frame, de Charles Fillmore (1982), a Gramática de Langacker (1986) e a Teoria dos Espaços Mentais, de Gilles Fauconnier (1985). É, pois, subsidiado por toda esse aparato teórico-metodológico que Lakoff (1987, p. 145) define os MCIs como

uma estrutura conceitual complexa, de caráter experiencial, que organiza nosso conhecimento geral do mundo. Não são, entretanto, representações internas da realidade externa. Isso porque são construtos que resultam da interação do indivíduo com seu meio ambiente, via corporalidade e, também, porque, muito frequentemente, são construídos com apelos aos mecanismos imaginativos da razão - a metáfora e a metonímia.

Nesses termos, Lakoff e Johnson (2002) discorrem sobre as metáforas² como importantes veículos carregados de significação e descrevem seu funcionamento com base na integração conceptual entre dois domínios: o fonte e o alvo. Assim, caberia ao domínio fonte carregar a informação primária, logo, a mais conhecida, e ao domínio alvo, processar a informação que precisa ser alcançada.

Feltes (2007, p.146) apud Lakoff (1987) define os MCIs metonímicos como:

- (a) “representados estruturalmente pelo esquema CONTEINER, e o mapeamento é representado pelo esquema ORIGEM – PERCURSO – META”
- (b) tomada de “um aspecto bem-entendido ou fácil de perceber de alguma coisa e usá-la para estar pela coisa como um todo, por algum outro aspecto ou parte dela” o que processualmente, significa que:
 - há um conceito **A** a ser compreendido, para algum propósito, em algum contexto;
 - há uma estrutura conceitual contendo tanto **A** como um outro conceito **B**;
 - **B** ou é parte de **A** ou está intimamente associado com ele nessa estrutura conceitual, e a escolha de **B** tipicamente determinará **A** nesta estrutura conceitual.

² Embora não seja o foco desta pesquisa, em algumas situações, mencionaremos a metáfora, pois, conforme explanado, ela se inseriu, ao lado da metonímia, na agenda dos estudos da linguagem, em especial, no campo da Linguística Cognitiva, tomando por base a teoria prototípica de Lakoff (1987).

- comparado com **A**, **B** é ou mais fácil de compreender, ou mais fácil de lembrar ou mais fácil de reconhecer ou mais imediatamente utilizável para a situação;
- e, sendo assim, um modelo metonímico é um modelo de como **A** e **B** estão relacionados em uma estrutura conceitual, sendo a relação especificada por uma função de **B** para **A**.

Na visão da pesquisadora o modelo cognitivo metonímico é uma das mais ricas fontes de efeitos prototípicos, pois serve a uma ampla variedade de propósitos e formas de raciocínio que vão desde aspectos mais gerais a raciocínios dedutivos, indutivos ao reconhecimento de objetos para fazer inferências, julgamentos, planos, dentre outras operações imanentes da relação entre o homem e a linguagem. Acrescenta-se a isso, que o pressuposto assumido por Lakoff (1987), para os modelos cognitivos metonímicos, encontra sustentação nas experiências concretas que o indivíduo estabelece entre ele e as coisas do mundo, partindo de associações, projeções e inferências entre aspectos prototípicos, considerados de fácil percepção e, que, em termos representativos, uma parte menor pode ser evidenciada para retomar o todo que a constitui ou, de modo inverso, o todo pode ser sugerido para fazer pensar/ inferir aspectos mais particulares desse protótipo.

Diferente do modelo supracitado, a construção da metáfora ocorre então por ser possível, a partir de uma dada realidade, conceber-se outra e não apenas parte dela. Conforme Lakoff e Johnson (2002), isso poderia ser definido como a capacidade de experienciar uma realidade em termos de outra por meio do recrutamento de características particulares e inerentes de um domínio que poderia facilmente ser projetado em outro. Para os autores, esse processo não levaria em conta todas as características de um domínio em sua totalidade conceptual, ou seja, durante o processo de integração, algumas informações são desprezadas em favor da construção do sentido que se pretende.

O modelo cognitivo idealizado para a metonímia, por sua vez, difere do estruturado para a metáfora por envolver uma relação de conceptualização dentro de um mesmo domínio. Para Lakoff e Johnson (2002), haveria, nesse caso, a relação direta de uma coisa com outra, equivalendo, portanto, a uma integração conceptual dentro de um mesmo domínio. Nessa perspectiva, uma espécie de subconjunto forneceria acesso ao todo do conjunto, ou, de modo contrário, o todo poderia ser também concebido por uma relação com suas partes. Assim, na visão cognitiva, pode-se caracterizar a metonímia como um veículo conceptual que possibilita

focalizar mais especificamente certos aspectos da entidade a que estamos nos referindo. Assemelha-se também à metáfora no sentido que não é somente um recurso poético ou retórico, nem é somente uma questão de linguagem. Conceitos metonímicos (como PARTE PELO TODO) fazem parte da maneira como agimos, pensamos e falamos no dia a dia. (LAKOFF; JHONSON, 2002, p. 93).

Na visão de Lakoff e Johnson (2002), é importante compreender que processos diferentes orquestram as projeções que colaboram para a formação da metáfora e da metonímia. Prosseguiremos com a descrição e detalhamento dos modelos cognitivos idealizados de base metonímica e suas possíveis correlações com o fazer argumentativo, aspectos que investigamos neste trabalho.

Nos estudos de Lima (2009), constatamos que não são raras as ocorrências em que metáforas e metonímias interagem na construção do processo de recategorização. Em suas análises, a pesquisadora detalha como os aspectos cognitivos, via MCIs, dessas importantes figuras se imbricam na construção dos sentidos do gênero piada. A autora propõe, mediante a análise de um exemplar, reproduzido a seguir, a evidência dessa correlação.

E o velhote fica noivo de uma menina de dezessete anos. O casamento dos dois vira o assunto do momento no bairro. Um parente próximo tenta dissuadi-lo da ideia:

– Cai na real, Olegário! Não vai demorar um mês e essa garota vai começar a te chifrar! Por que não arruma uma mulher mais madura, mais experiente, que cuide bem de você?

– Nada disso, meu caro! Eu prefiro dividir um filé com os amigos do que comer pelanca sozinho! (SARRUMOR, 1999, p. 138). (LIMA, 2009, p. 60).

A pesquisadora demonstra que, nesse exemplar do gênero, uma das estratégias para a construção do efeito humorístico é atribuir à categoria mulher duas recategorizações: uma de “mulher jovem” (garota), como “filé”, e outra, de “mulher madura”, como “pelanca”. Ao atentar para o processamento metafórico que subjaz à recategorização de mulher como carne bovina, a pesquisadora não desconsidera, aliás, evidencia o importante papel da metonímia na construção dos sentidos, atentando para o fato de que

há também uma **relação metonímica PARTE PELO TODO**, que realça dois tipos de carne, a de melhor qualidade (filé) e a de pior qualidade (pelanca). Essa relação metonímica, sem dúvida, integra as duas ocorrências do processo de recategorização que servem de gatilho para o humor na piada. É interessante perceber que, nesse caso, a simples associação do corpo da mulher com a carne bovina não surtiria efeito cômico tão imediato como o desencadeado pelo **papel da metonímia na relação PARTE PELO TODO**, daí a necessidade de interação entre os dois processos. (LIMA, 2009, p. 60, grifos nossos).

Outro fator interessante abordado pela autora, na análise, é a percepção de um modelo cultural de sexualidade que sinaliza, no processo de recategorização, para uma orientação argumentativa, além do efeito cômico. Segundo Lima (2009, p. 61, grifos nossos),

Nesse modelo machista, o corpo da mulher é associado à comida, pronto para ser “devorado” pelo homem. **O filé** é a carne mais macia e saborosa, por isso mesmo

associada ao frescor da juventude feminina, enquanto que a **pelanca**, carne de pior qualidade, magra e flácida, se associa à mulher madura, menos valorizada em termos de atrativos sexuais. Assim, dizer apenas que essas recategorizações são construídas com o propósito de gerar a comicidade do texto parece muito pouco. Não estamos negando ou diminuindo a relevância desse propósito comunicativo, mas não podemos descuidar que essa construção resulta da imbricação dos elementos linguísticos e cognitivos que reivindicamos para este estudo, porque uma descrição de cunho mais teórico desse processamento requer uma relação mais estreita com a Linguística Cognitiva, como intentamos fazer neste trabalho.

Nos estudos empreendidos por Lima (2009), encontramos o ponto de partida para a nossa pesquisa, visto que, ao mencionar a relação entre os componentes metonímicos “filé” e “pelanca” e ao associá-los ao modelo cultural de sexualidade, a pesquisadora evidencia uma estreita relação entre metonímia e argumentação, sendo esse o ponto central e motivador desta pesquisa. Com essa perspectiva, buscamos aprofundar a percepção sinalizada pela pesquisadora, elegendo como objeto de investigação a metonímia como um gatilho para a construção argumentativa em textos multimodais.

Lima (2009) destaca ainda que, no que tange às recategorizações com motivação metonímica, não se percebe, na proposta de Apothéloz e Reichler-Béguelin (1995), nenhuma sistematização que localize, de forma precisa, esse tipo de ocorrência. Nesses estudos, observa-se, segundo a pesquisadora, menção apenas aos pronomes anafóricos, aos quais é atribuída a função de operar deslizes metonímicos que podem vir a operar modificações da extensão do objeto ou de seu estatuto lógico.

Nesse contexto, Lima (2009) discorda da proposta teórica de Apothéloz e Reichler-Béguelin (1995), demonstrando, por meio de exemplos e análises, que as recategorizações operadas também por metonímias podem ocorrer no mesmo nível das metafóricas, ou seja, não restritas a pronomes que operam apenas deslizes metonímicos. Para ilustrar esse posicionamento, temos o seguinte exemplar do gênero piada, analisado em Lima (2009, p. 58, grifos nossos):

O Manuel vai ao cinema, à tarde. Entra e não enxerga um palmo naquele escuro. Fica parado, de pé, esperando acostumar a vista. **O lanterninha** vem ajudá-lo. O Manuel vê aquela **luz se aproximando**, se aproximando... e pimba! Pula com tudo no colo de um casalzinho que comia pipocas. Maior fuzuê, voa pipoca, todo mundo reclama aos berros.

– Me desculpe, mas é que se eu não saio da frente, **aquela moto** iria me atropelar! (ALMANAQUE DE PIADAS, [2002], p. 65).

Na análise desse exemplar, a pesquisadora evidencia pontos de discordância, conforme acima mencionado, apontando o componente metonímico e sua presença nos textos para além

do seu estatuto lógico, conforme sinalizam Apothéloz e Reichler-Béguelin (1995). Lima (2009, p. 58) explica que o exemplar analisado atesta a validação de sua hipótese, pois

ocorre a recategorização de ‘luz se aproximando’, metonimicamente tomado por ‘lanterninha’, como ‘moto’. Note-se que é o processo metonímico PARTE PELO TODO que motiva a recategorização, um equívoco cometido pelo português (Manuel), que gera a comicidade do texto.

Nesses termos, retomando os estudos empreendidos em Lima (2003), Lima (2009) atenta para duas questões muito significativas no que se refere aos processos de recategorização. A primeira aponta para a necessidade de admitir que os limites do processo de recategorização ultrapassam a fronteira da superfície textual e, desse modo,

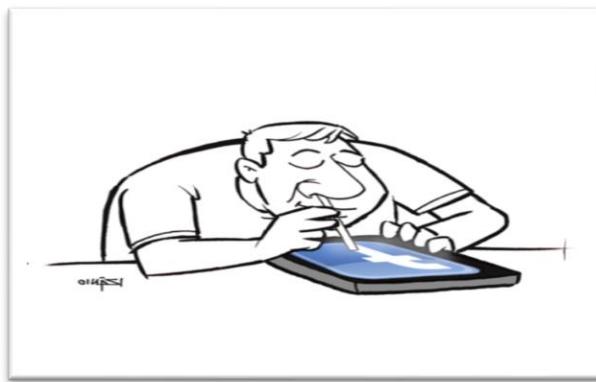
a ancoragem do processo de recategorização não se explicita textualmente por meio da retomada de um item lexical ou de uma rede de itens lexicais, havendo ocorrências em que essa ancoragem faz parte do processo inferencial e, assim, não há como recuperá-la senão pela “abertura” do processamento cognitivo em que comparecem determinadas estruturas pertencentes a modelos cognitivos/culturais [...]. O certo é que, a rigor, nenhuma âncora do processo de recategorização é rastreada somente na superfície (LIMA, 2009, p. 58).

Como segunda questão a ser considerada, a autora reivindica uma maior atenção para a possibilidade de interação dos fenômenos metáfora e metonímia na constituição de expressões linguísticas recategorizadoras, advogando, para tais análises, uma maior associação com a Linguística Cognitiva e a importância dessa interface para os estudos correntes nessa área.

Constatamos, por meio de levantamentos bibliográficos, que o viés apontado por Lima (2009) foi desenvolvido, ainda de forma tímida, em pesquisas posteriores, que apontam para a relação entre metonímia e argumentação. Observamos que esses estudos avançam para a percepção da metonímia para além do aspecto verbal, alargando a proposta empreendida por Apothéloz e Reichler-Béguelin (1995), mas não houve um detalhamento acerca dessas duas observações importantes (argumentação e multimodalidade) aplicadas aos componentes metonímicos.

Em pesquisa intitulada *O processo de recategorização no gênero charge: um estudo à luz da perspectiva sociocognitiva*, Lima (2014) também evidencia a correlação entre metonímia e argumentação, analisando, na construção da recategorização metonímica, a construção do potencial persuasivo mediado por um discurso crítico, que é propriedade intrínseca do gênero charge. Analisemos esse recorte na figura 1, a seguir.

Figura 1 – Charge: o víncio nas redes sociais



Fonte: Lima (2014, p. 133).

Nesse exemplar, percebemos uma ampliação nos estudos do processo de recategorização, estendidos a textos multimodais³, partindo-se da mesma base metodológica e conceitual proposta por Lima (2009). Atentando para os aspectos que auxiliam na construção de sentidos, nesse texto, é possível distinguir o símbolo do *Facebook*, um indivíduo em situação análoga ao uso de drogas e um *tablet*. A respeito disso, a autora menciona duas recategorizações ocorridas pela integração de elementos semióticos:

a de “redes sociais” como “uma droga” e a de “usuários de redes sociais” como “viciados”. Na base dessas recategorizações, podemos identificar a metáfora **REDE SOCIAL É UM VÍCIO**. Contudo, para esse entendimento, é preciso ver que o **símbolo do Facebook integrante da charge é tomado pelas redes sociais como um todo, ou seja, numa relação metonímica PARTE PELO TODO** (LIMA, 2014, p. 133, grifos nossos)

Na análise desse exemplar, observa-se que Lima (2014) aplica aos textos imagéticos a teoria dos modelos cognitivos idealizados, no intuito de capturar a metonímia como um fenômeno cognitivo-inferencial, pelo viés da multimodalidade. Ainda, segundo a pesquisadora,

duas recategorizações metafóricas nesta charge ocorrem diretamente pela imagem, já que, ao olhar a charge, prontamente realizamos as recategorizações do **usuário do face** como usuário de drogas, além da figura do **tablet** ser tomada pelas drogas em geral, revelando o poder que as imagens têm de congregar a recategorização num único plano. No entanto, a **recategorização metonímica do tablet** por outros componentes tecnológicos, como celular, por exemplo, exige maior esforço mental para sua realização. Sendo assim, a imagem desta charge traz como principal função recategorizadora criticar os usuários dos aparelhos tecnológicos que se comportam como viciados de drogas (LIMA, 2014, p.133, grifos nossos).

³ Lima (2014, p. 133) esclarece que, em seu estudo, o texto multimodal foi concebido como aquele formado por imagens aliadas ou não ao texto verbal, sendo os elementos semióticos compostos por figuras, cores, formatos, letras, dentre outros.

Evidenciamos, novamente, uma sinalização para a relação entre metonímia e argumentação, pois, ao mencionar a implictude do fenômeno por meio da recategorização metonímica, a pesquisadora estabelece uma aproximação com o efeito persuasivo da charge.

Essa abordagem, advinda das contribuições da Linguística Cognitiva, situa essas figuras em um escopo teórico que, aos poucos, as distancia da visão gramatical tradicional que, durante anos, aprisionou o campo semântico, discursivo e pragmático desses dois componentes estilísticos. A metonímia, principal objeto de estudo nesta pesquisa, seguiu então, ao lado da metáfora, a construção de uma rica e interessante agenda de estudos que se incumbiram de revisitá-la e lançar novas percepções acerca desses dois fenômenos nos quais se assenta muito da nossa bagagem cognitiva, situando-se na base diária da comunicação e dos demais atos da interação humana.

Outrossim, é válido acrescentar que tanto os aprofundamentos no campo da Linguística Cognitiva, especialmente situada na semântica prototípica de Lakoff, quanto a consolidação da Linguística Textual apoiada em uma perspectiva de base sociocognitivista foram decisivos para trazer ao centro do debate, no cerne das questões linguísticas, a importância e implicações intencionais das escolhas, bem como os efeitos e as relações estabelecidas a partir das motivações metafóricas e metonímicas na dimensão sociodiscursiva da língua.

2.3.3 Metonímia e referenciação – a construção da interface

A metonímia, conforme explanado em seção anterior, durante muitos anos, se inseriu nos estudos linguísticos como uma figura de caráter ornamental e retórico. Preferida pelos grandes clássicos e filósofos da antiguidade clássica, serviu a estratégias de argumentação e recurso de embelezamento dos discursos (ARISTÓTELES, 2004). Aos gramáticos da língua, como Rocha Lima (1972), Cegalla (2008) e Ferreira (2011), motivou o interesse pelas possibilidades de construções estilísticas ornamentais relegadas ao plano linguístico.

Sob o olhar cuidadoso e “metonímico” da Linguística Cognitiva (ABREU, 2004, 2008; LAKOFF; JHONSON, 1987, 2002), a metonímia ganhou outros contornos, passando a ser compreendida como um mecanismo capaz de propiciar a compreensão, visto que seu potencial inferencial permite ora expandir ora comprimir, processo que acarreta uma gama de conceitos e conhecimentos, os quais podem ser resgatados ou assimilados de forma mais simples ou complexa, a depender do repertório cultural e das trocas negociadas durante a construção dos sentidos entre o locutor e o interlocutor.

Esse fenômeno, historicamente conhecido e estudado principalmente no campo da retórica, aos poucos, sob a ótica da Linguística Cognitiva, passa a constituir-se como um componente importante do sistema conceptual. Na Linguística Textual e, de uma forma mais restrita, no âmbito dos estudos da referenciação, apoiados em Lima (2003, 2009), evidenciamos a ênfase, de forma mais veemente, na importância dessa figura, ao lado da metáfora, na construção dos sentidos dos textos.

Esses estudos partem, em sua maioria, da metonímia ou dos modelos metonímicos para alcançar a metáfora e, assim, empreender construções de sentido mais complexas, reforçando que esses fenômenos (metáfora e metonímia) podem atuar na perspectiva de um *continuum* para a construção de um outro fenômeno, a recategorização. Desse modo, compreendemos que, por uma questão de recorte e delimitação do objeto dessas pesquisas, a metonímia é apresentada como um mecanismo cognitivo e inferencial, mas a ênfase recai sobre as construções maiores que a combinação com a metáfora ocasiona. Esta pesquisa reconhece a importância desses estudos, inclusive toma-os como ponto de partida, e comprehende que, na maioria dos processos de recategorização, a indissociabilidade entre metáfora e metonímia é imprescindível para uma análise dos fenômenos que subjazem à recategorização.

Por outro lado, ainda de forma discreta, um grupo mais restrito de pesquisadores busca empreender estudos acerca da metonímia e seu funcionamento nas práticas discursivas, considerando o seu aspecto conceptual e as possibilidades de compreender conceitos e

significados a ela associados. Nesse pequeno grupo, identificamos Santos (2011), cuja dissertação, intitulada *Um estudo sobre a metonímia como um processo cognitivo*, apresenta a formulação de uma proposta investigativa que situa a metonímia para além da extensão referencial. A pesquisadora parte de estudos da Retórica até os postulados da Linguística Cognitiva sobre a metonímia como um fenômeno conceptual, evidenciando, em um estudo de caso (em texto com linguagem exclusiva verbal), a face conceptual e inferencial da metonímia atrelada a aspectos socioculturais.

Partindo dos resultados evidenciados em Santos (2011), surgiu o nosso interesse particular em fazer parte dessa nova geração de pesquisadores que buscam redimensionar a metonímia e estabelecer possíveis diálogos à luz de significativas interfaces. No sentido de alargar os resultados encontrados em Santos (2011) acerca da metonímia conceptual e inferencial de resgate sociocultural e observando, em Lima (2014), a ocorrência da metonímia mapeada no plano visual (imagético), buscamos unificar os postulados dessas importantes pesquisas e situar as análises nas ocorrências metonímicas licenciadas tanto pelo aspecto verbal quanto pelo imagético, em textos multimodais, de modo a investigar a metonímia como um importante gatilho para a construção argumentativa desses textos.

Partindo dessa breve explicação que justifica a motivação e a conexão da nossa pesquisa com a Linguística Textual, considerando ainda a importância da interface com a Linguística Cognitiva, cujos postulados são de extrema relevância para a observação do fenômeno metonímico, explanamos a seguir sobre a construção da interface, propriamente dita, entre os estudos da referenciação e a Linguística Cognitiva.

Os estudos que, no terreno da Linguística Textual, se voltam para o fenômeno da referenciação têm se mostrado muito promissores. As pesquisas empreendidas, em especial, por Lima (2003, 2009) e Cavalcante e Custódio Filho (2010) reforçam a importância do paradigma sociocognitivo no embasamento dessas pesquisas, pois é esse paradigma que situa o processo de construção dos referentes em um plano textual, discursivo e cognitivo como uma atividade de plena e constante negociação de sentidos entre os interlocutores. Essa perspectiva, postulada inicialmente por Mondada e Dubois (2003), rompe com a tradição extensiva referencial dos estudos de base aristotélica.

Conforme abordado no capítulo que abre esta dissertação, a perspectiva sociocognitiva desloca a noção de referência (significados etiquetados e prontos à espera de decodificação) para a noção de referenciação (instabilidade dos significados e construção dos referentes no curso da atividade discursiva). A referenciação pode ser definida como um postulado teórico “que salienta o caráter altamente dinâmico do processo de construção dos referentes em um

texto” (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO; BRITO, 2014 p. 27). Esse dinamismo, de acordo com os autores, encontra suporte em três princípios fundamentais: a instabilidade do real, a negociação entre os interlocutores e a natureza sociocognitiva da referência. Em outras palavras, existem mecanismos que permitem que os referentes sejam construídos/reconstruídos, porém é preciso compreender que tudo depende uma negociação, pois

O trabalho da construção dos referentes é uma atividade partilhada, intersubjetiva. Não se trata de construir versões da realidade ao bel-prazer do locutor, mas, sim, de submeter a versão à aceitação de outros participantes da interlocução. E não poderia ser diferente, já que a ação de referir é inherentemente social. (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO; BRITO, 2014, p. 38, grifo dos autores).

Percebemos, mediante o exposto, que, durante o contato ou evento comunicativo partilhado pelos interactantes, os sentidos vão sendo construídos à medida que aquilo que é dito/escrito pode fundamentalmente ser aceito, resgatado, inferido. Essa aceitação depende, conforme os autores, das versões de mundo construídas pelos interactantes, do conhecimento histórico sociocultural que partilham e das associações ou processamentos mentais envolvidos.

Em seus estudos sobre a recategorização, Lima (2009, p. 24), corroborando Mondada (2005), explica que

A referenciação surge como uma segunda via para o tratamento da questão da referência, desde há muito debatida nos quadros da Filosofia da Linguagem e da Lógica como um problema de representação da linguagem, donde resulta a concepção clássica de referência, centrada num modelo de relação especular entre as palavras e os objetos do mundo, em que as formas linguísticas são avaliadas em termos de suas condições de verdade e de correspondência com o mundo (“mundo real” ou “universos possíveis”). Diferentemente da abordagem clássica, a referenciação propõe uma visão de referência como resultado de um processo dinâmico.

Os estudos que abordam o fenômeno da referenciação no tocante à metonímia, ao lado da metáfora, têm empreendido uma promissora agenda acerca desses fenômenos, especialmente no âmbito da Linguística Textual. Dois dos mais notáveis trabalhos acerca desses fenômenos e sua correlação com o plano cognitivo e inferencial foram realizados por Lima (2003, 2009), em sua dissertação de mestrado e tese de doutorado, respectivamente. Esses estudos têm servido de base para muitas outras pesquisas dentro e fora do terreno da referenciação, e demonstrando a importância de uma interface textual cognitiva para o estudo dos processos referenciais.

Em sua tese, intitulada *Entre os domínios da metáfora e da metonímia: um estudo de processos de recategorização*, por meio de uma interface entre a Linguística Textual e a Linguística Cognitiva, a pesquisadora desloca as análises da metáfora e da metonímia para muito além do plano de extensão-referencial e textual-discursiva. Desse modo, o estudo traz

uma importante contribuição para a percepção dessas figuras, ao concebê-las pela ótica cognitivo-inferencial, perspectiva também adotada em nosso estudo.

A tese de Lima (2009) tem como objeto de estudo a recategorização no processo de referenciação, reivindicando uma noção mais ampla do que a proposta por Apothéloz e Reichler-Béguelin (1995), porque, para a pesquisadora, o fenômeno vai além do que propõem os pesquisadores franceses. Uma das críticas a esse quadro teórico é que “o próprio termo ‘recategorização lexical’ já é, em certa medida, reducionista, ao apontar somente para a dimensão textualmente manifesta do fenômeno” (LIMA 2009, p. 39-40).

Considerando que, no âmbito da Linguística de Texto, os pesquisadores supracitados foram os pioneiros na investigação desse tema, Lima (2009) reconhece a importância desses estudos, mas enfatiza que, pelo fato de as abordagens do processo de recategorização se restringirem apenas às recategorizações lexicais, as análises, por sua vez, concentravam-se em uma perspectiva textual-discursiva, apenas. Isso fica evidenciado quando Lima (2009) demonstra, mediante um amplo percurso pelos postulados pioneiros dos estudos propostos por Apothéloz e Reichler-Béguelin (1995), a limitação, não intencional, desse estudo inicial da recategorização.

Segundo Lima (2009), os autores não se mostram alheios a esses aspectos, no entanto eles não concentram nem expandem suas análises aos aspectos cognitivos subjacentes à ocorrência do fenômeno. Nesse sentido, não discorrem sobre aspectos que viriam a contribuir para a ampliação, inclusive, do conceito de recategorização lexical, visto que “metáfora e metonímia são fenômenos exemplares para explorar o papel dessas redes conceituais/inferenciais no processo de recategorização” (LIMA, 2003, p. 57). A pesquisadora ressalta que,

Embora não seja esse o nosso foco, assumimos também que a recategorização, enquanto estratégia de designação, está a serviço de um propósito comunicativo, que se revela por diferentes funções, pois não negamos a concepção primeira do fenômeno nos termos da Linguística de Texto. Não obstante, o nosso intuito é exatamente explorar a recategorização numa perspectiva mais ampla, em que os aspectos semânticos e pragmáticos possam ser tratados conjuntamente, provendo uma descrição adequada ao nível de explanação, isto é, ao nível cognitivo-referencial (LIMA, 2009, p. 57).

Subsidiada pelo aporte da semântica cognitiva prototípica, de Lakoff (1987) e seus colaboradores, e, tomando por base o pressuposto da natureza cognitivo-referencial da recategorização, Lima (2009) postula a necessidade de uma interface entre a Linguística de Texto e a Linguística Cognitiva, defendendo que essa proposta atenderia, a contento, a complexidade e a dinamicidade desse processo em termos descritivos e explanatórios.

Lima (2009) objetiva demonstrar que as recategorizações podem revelar-se, ou não, por meio de expressões referenciais, alargando assim as propostas iniciais de Apothéloz e Reichler-Béguelin (1995) nos estudos da referênciação. Nesse intento, a pesquisadora se debruça sobre as análises que centram a abordagem no fenômeno das recategorizações licenciadas por metáforas e metonímias.

Um dos nossos objetivos, neste estudo, é exatamente encontrar um caminho para descontinar os aspectos cognitivos do processo de recategorização, particularmente em respeito aos tipos metafórico e metonímico. Para tanto, ratificamos que é preciso redimensionar a própria concepção de recategorização, tendo por certo que não podemos nos filiar a uma concepção atrelada somente a remissões e retomadas de itens lexicais (LIMA, 2009, p. 48).

As duas hipóteses formuladas por Lima (2009), assim como sua proposta metodológica de análise deslocam a metonímia e a metáfora do plano referencial, conforme concebidas inicialmente nos estudos da referênciação, para a percepção de uma abordadagem subsidiada pelo aparato cognitivo. As hipóteses de Lima (2009) são as seguintes: i) a existência de um tipo de recategorização por interação metáfora-metonímia e II) que a abordagem das recategorizações licenciadas por metáforas e metonímias atuam na perspectiva de um *continuum*. Nesse sentido, a estudiosa encontra na teoria dos modelos cognitivos idealizados, de Lakoff (1987) e colaboradores, o ponto de partida para fundamentar suas análises no seio da Semântica Cognitiva.

A grande contribuição do estudo de Lima (2009) e que interessa a nossa pesquisa é o redimensionamento da abordagem da recategorização, antes proposta apenas pelo aparato da Linguística Textual, sendo, posteriormente, subsidiada por uma interface com a Linguística Cognitiva, em que se adota uma perspectiva cognitivo-inferencial para a análise da ocorrência de recategorizações licenciadas por metáforas e metonímias. Os resultados encontrados por meio da interface textual-cognitiva proposta por Lima (2009) fornecem contribuições muito significativas para o trato da complexidade desses dois fenômenos linguísticos – metáfora e metonímia – principalmente por permitirem uma descrição minuciosa dos processos cognitivos que as envolvem. Além disso, no que concerne à análise do fenômeno maior, a recategorização, torna-se possível compreender e experienciar os fenômenos linguísticos e os processos cognitivos que lhe subjazem.

Nossa pesquisa encontra nos trabalhos empreendidos por Lima (2003, 2009) a possibilidade de também promover um olhar diferenciado para o processo metonímico e sua importância na construção argumentativa em textos multimodais, uma vez que a pesquisadora tão bem o demonstrou na análise de textos verbais e multimodais, sem desconsiderar, no

entanto, a ocorrência do fenômeno no plano cognitivo, muitas vezes, não ancorado em expressões linguísticas.

Nossa proposta enseja, portanto, analisar os processos que licenciam metonímias e investigar quais as relações que esses modelos cognitivos idealizados têm com a construção argumentativa em campanhas publicitárias de trânsito. Assim como em Lima (2009), nos apoiaremos nos MCIs no intuito de evidenciar a potencialidade que esse modelo pode proporcionar na investigação da metonímia como um modelo cognitivo inferencial de alcance sociocultural na tecitura da paisagem argumentativa das campanhas de trânsito.

No capítulo seguinte, abordamos a teoria da argumentação em gêneros persuasivos, proposta por Pinto (2010). Buscamos, apoiados nos pressupostos mencionados até aqui, estender a discussão ao âmbito da argumentação, no sentido de aprofundar os apontamentos evidenciados em Lima (2003, 2009) e advogar a respeito da metonímia conceptual como um gatilho que contribui para a face persuasiva e complexa das campanhas multimodais sobre trânsito.

3 ARGUMENTAÇÃO EM GÊNEROS

A fim de compor um estudo que privilegie, no âmbito da Linguística Textual em interface com a Linguística Cognitiva, a compreensão e a percepção da materialização da metonímia conceptual como um veículo detentor de sentidos e capaz de ativar gatilhos que encaminhem o processo de construção da argumentação, esta seção dedica-se ao aprofundamento da teoria da argumentação em gêneros, proposta por Pinto (2010). Essa teoria se mostra pertinente a nossa pesquisa cujo objetivo principal é analisar a atuação da metonímia na tessitura argumentativa do gênero escolhido, proporcionando, para tanto, as categorias de análises que subsidiam o enfoque de análise pretendido ao fenômeno.

3.1 O gênero propaganda e sua face persuasiva

O advento da Revolução Industrial despertou nas pessoas uma maior motivação para o consumo e aquisição de bens, principalmente os industrializados. Nesse contexto, o capitalismo vigente destacou-se como o principal impulsionador e detentor dos meios de produção, interessando-se principalmente, em nome do lucro, pela expansão de mercados, produção e consumo de mercadorias em escala crescente. É nesse contexto de ideais capitalistas, atividades industriais, relação direta entre bens e consumo que despontam os horizontes de um novo tipo de indústria: a publicidade, a qual surgiu como uma importante ferramenta visando à manutenção do consumo, e, para atingir seus propósitos, desenvolveu uma nova forma de comunicação: a linguagem publicitária.

Na obra *A evolução do texto publicitário*, Carrascoza (1999) empreende uma busca por desvendar os segredos que cercam a estrutura do texto publicitário, na esteira de Saussure, Jakobson, Eco e outros estudiosos. De acordo com o pesquisador, na segunda metade do século XX, aproximadamente no início dos anos de 1960, após o “boom criativo”, a publicidade passa a exercer influência na comunicação, e sua presença é notada em vários setores: “os jornais deixam de ser apenas informativos e adotam a linguagem persuasiva (tanto verbal quanto escrita)” (CARRASCOZA, 1999, p.14).

Mediante a efervescência comunicativa midiática, uma atenção maior é dada à composição dos gêneros que se ocupam em disseminar as ideias e os produtos mediante os interesses do anunciante. A montagem de boas estratégias garantia aos produtos anunciados seu consumo por parte do seu público-alvo e, assim, a grande roda industrial, impulsionada pelos ideais capitalistas, poderia continuar seu percurso de produção e consumo em larga escala,

preocupando-se, dentre outras coisas, em satisfazer, estimular e elevar cada vez mais a autoestima de seus consumidores.

Campos-Toscano (2009, p. 71) observa que o processo crescente de globalização e integração entre mercados e países fomentou a “convergência das mídias, informações, cultura, linguagens sincréticas” e que tudo isso foi responsável por modificar o discurso publicitário e o diálogo entre os sujeitos da comunicação. Para a autora,

o mundo, com a diminuição das fronteiras espaço temporais, acaba por alterar nossas formas de interação, que há muito tempo deixaram de ser face a face. A linguagem verbal é ainda a mais utilizada, entretanto, não podemos descartar as outras linguagens, em particular no texto publicitário. (CAMPOS - TOSCANO, 2009, p. 71).

Os gêneros da esfera publicitária encontram-se intimamente relacionados com os modos sociais tanto do fazer quanto do dizer. Em outras palavras, um texto publicitário mobiliza diferentes vozes e temáticas muitas vezes relacionadas “com o tempo e o espaço em que está inserida a propaganda, com uma construção composicional que, numa mescla de linguagens e com um texto mais ágil, seduz o enunciatório, com apelo emocional mais evidenciado” (CAMPOS-TOSCANO, 2009, p. 57).

A autora elucida ainda que, no contexto em que vivemos, muitos fatores que propiciaram o encurtamento das distâncias parecem ter encurtado também o tempo das pessoas, e o discurso publicitário passou a se valer dessa ambivalência para intensificar o uso do pictórico. Em virtude de sua veiculação ocorrer, em sua maior parte, pelos meios de comunicação de massa, os gêneros dessa esfera comunicativa passaram a se utilizar de construções discursivas breves, instantâneas, porém potentes, sendo que, nesse plano, a linguagem visual tem se mostrado em sobreposição à verbal, a fim de produzir os efeitos de sentidos desejados (CAMPOS-TOSCANO, 2009, p. 60).

Ainda segundo a autora, a linguagem verbal nunca constituiu uma forma única e exclusiva de nos comunicarmos. Pelo contrário, a linguagem se efetiva mediante diferentes estratégias semióticas e “nessa pluralidade de signos, de valores sociais e de cultura, o homem tem a seu dispor uma variedade de formas comunicativas, ao mesmo tempo em que se encontra imerso nos mais diversos discursos” (CAMPOS-TOSCANO, 2009, p.13). Ao atentar para os discursos que circulam na nossa sociedade, a pesquisadora afirma que, de fato, o processo de globalização privilegiou uma linguagem marcada pela “irrupção imagética que privilegia o instante, a fragmentação da realidade, o dinamismo, a descontinuidade” (CAMPOS-TOSCANO, 2009, p. 60). Segundo ela, a importância dos estudos sobre os discursos midiáticos, em especial os textos da esfera publicitária, deve-se, sobretudo, às mudanças ocorridas no início

do século XX, momento em que floresceu o desenvolvimento de importantes setores, como economia, cultura e tecnologia. Nesse contexto,

os novos meios de comunicação, como a televisão e a internet, não somente modificaram as relações comunicativas como encurtaram as fronteiras espaço temporais. Isso ocasionou uma transformação cultural, pois, como auxílio de máquinas que substituem a força, os sentidos e o cérebro humano, foram criadas novas formas de representação do mundo e de relações sociais, ou seja, novos signos (CAMPOS-TOSCANO, 2009, p. 13).

Por meio de um breve retorno a Saussure, e repensando a teoria do signo e as definições das relações sintagmáticas e associativas, ou paradigmáticas, Carrascoza (1999) constata que se abriu um largo caminho para a análise e utilização dos signos, em especial pela linguagem da propaganda. De acordo com esse autor, a partir da década de 1990, a linguagem da propaganda incorpora mais um recurso na elaboração de seu sistema persuasivo.

Não há exagero em dizer que parte significativa do texto publicitário contemporâneo no Brasil é construída por meio de relações associativas, sobretudo, aquelas por analogia dos significados – o seu algo mais. Em torno da palavra *espetáculo*, por exemplo, tema de um anúncio, orbitam outras que fazem parte de seu universo semântico (palco, cena, plateia, ato, show etc.). A transposição dessas palavras do plano mental para o plano do discurso resulta num método construtivo a que se costuma chamar em literatura ‘puxa-puxa’. Evidentemente, um texto todo elaborado com palavras análogas ao significado de um paradigma – a palavra geradora, “*sol central*” ou “raiz mental”, na terminologia de Leo Sptizer em seus estudos sobre estilística – objetiva torná-lo atraente e mais facilmente memorizável para o leitor. (CARRASCOZA, 1999, p. 51-52, grifos do autor).

Acerca da unidade de composição, Carrascoza (1999) enfatiza a importância das escolhas lexicais que irão compor a mensagem persuasiva, pois essa opção tem vinculação intencional, sendo fruto de uma escolha cuidadosa. Assim, na linguagem da propaganda, “optar por este ou aquele termo não é uma decisão arbitrária, mas ideológica” (CARRASCOZA, 1999, p. 33). Nesse aspecto, as figuras de linguagem, por exemplo, “próprias do discurso aberto, são usadas para ampliar a expressividade da mensagem e por isso, foram levadas tal qual aves migratórias, para o do discurso fechado ou persuasivo” (CARRASCOZA, 1999, p. 36-37). Nota-se na publicidade a presença cada vez mais comum de figuras de palavras, ou tropos, como metáfora, metonímia, catacrese, sinédoque, sinestesia, antonomásia, além das figuras de pensamento e outros estratagemas linguísticos não reduzidos apenas ao aspecto verbal, mas também codificados visualmente (CARRASCOZA, 1999). Reiteramos que, embora a perspectiva sinalizada pelo pesquisador à época não correspondesse à forma pela qual atualmente essas figuras são compreendidas, sobretudo pela ótica sociocognitivista, ainda assim, seu trabalho ao mapear e sinalizar para essas evidências se mostra bastante relevante,

pois abre caminho para as percepções da atuação dessas figuras de palavras em domínios discursivos que extrapolam o literário.

Assim, como os gêneros do discurso publicitário estão em toda parte, permeando nossa comunicação diária, principalmente por intermédio dos meios de comunicação de massa, dessa presença constante vem a nossa necessidade de compreendê-los. Em sua maior parte, os anúncios publicitários são comerciais, ou melhor, objetivam vender produtos, promover marcas e fidelizar consumidores ao produto, de modo a promover a movimentação da cadeia consumidora e capitalista. Além desse propósito, Campos-Toscano (2009, p. 57, grifo nosso) destaca outros tipos de propagandas, que não visam a fins lucrativos, mas sim, ao convencimento por meio de proposições que visam a modelar comportamentos e atitudes. Nesse sentido, a autora destaca “**as chamadas propagandas não comerciais ou de ideias, como as propagandas institucionais ou governamentais**”.

No que concerne aos gêneros do universo publicitário, interessa a esta pesquisa analisar as campanhas publicitárias de trânsito pelo viés da propaganda, que, de acordo com Sandmann (2020), é um termo abrangente que pode ser usado em todos os sentidos, desde a divulgação de ideias e valores, a venda de produtos, até o alcance dos desejos do interlocutor, uma vez que seu enfoque incide sobre a busca de adesão a quaisquer um dos produtos mencionados, logo atrair a atenção do consumidor representa o desafio maior. Segundo o autor, a linguagem da propaganda se reveste de criatividade e incorpora elementos expressivos que chamam a atenção do público, de modo “que o façam parar e ler ou escutar a mensagem que lhe é dirigida, nem que para isso se infrinjam as normas da linguagem padrão ou se passe por cima das convenções da gramática normativa tradicional e, em certo sentido, da competência linguística abstrata geralmente aceita” (SANDMANN, 2020, p. 14).

Típicas do campo da publicidade, as campanhas publicitárias sociais compartilham dos mesmos objetivos, ou seja, buscam conquistar a adesão e até certo grau de fidelidade (no campo das ideias) do seu público-alvo, disseminando e associando valores a atitudes, porém objetivam atingir objetos diferentes: “mentes”, em vez de “cartões de crédito”.

É cada vez mais nítido, frente principalmente às plataformas tecnológicas, conforme já apontava Toscano (2009), que as campanhas publicitárias se remodelam a fim de constituírem importantes ferramentas persuasivas. A publicidade reveste-se de um caráter multimodal, e novas estratégias persuasivas são usadas mediante a implementação de recursos criativos e inferenciais na construção da mensagem publicitária. A respeito dessa composição tanto imagética quanto verbal por parte do enunciador, Toscano (2009, p. 57) vê, em termos de intencionalidade, que

a escolha dos recursos linguísticos, assim como dos recursos inerentes à linguagem não verbal, constitui uma forma de comunicação com o enunciatário. Comunicar, nesse contexto, representa não só apresentar certo produto, mas convencer seu ouvinte de que a aquisição desse produto é relevante, pois pode se tornar uma necessidade material ou social, ou, ainda, modificar suas interações com os mais diversos sujeitos inseridos na sociedade.

No caso específico da campanha publicitária de trânsito, nesta pesquisa, a tomamos como um conjunto de textos específicos que atuam por intermédio de um enunciador cujo propósito comunicativo visa influenciar ou propiciar uma mudança de comportamento ou tomada de consciência por parte do seu interlocutor. Na mobilização dos recursos que constroem a cena persuasiva, atuam estratégias discursivas e argumentativas que, entre outras coisas, tendem a captar e mobilizar a capacidade de conscientização e a empatia do público-alvo, principalmente por meio de escolhas temáticas como morte e imprudência na composição da paisagem multimodal, estabelecendo, assim, um terreno propício também à retórica argumentativa.

Com o gênero propaganda, é possível, de acordo com Pinho (1990), atuar por meio dos mais variados suportes e assumir as mais variadas facetas comunicativas como agentes sociais e advogar no sentido de causas que interessem às mais variadas esferas da atuação humana. Interessa a esta pesquisa a esfera da propaganda social, analisando-se as campanhas publicitárias de trânsito, tendo em conta sua importância no combate à violência e na busca por respeito, segurança e manutenção da vida.

Os acidentes de trânsito no Brasil figuram entre os principais responsáveis por ceifar milhares de vidas todos os anos. De acordo com dados divulgados pela Organização Mundial da Saúde (OMS), conforme relatório de 30 de junho de 2018, o Brasil ocupa o quarto lugar no ranking dos países estatisticamente mais violentos em rodovias e perímetros urbanos. Nesse contexto, as campanhas de trânsito exercem um importante papel no sentido de argumentar a favor da defesa da vida e do respeito a ela, porém é preciso enfatizar que conscientizar não é uma tarefa fácil, daí a importância dos gêneros persuasivos, com os quais, mediante variadas estratégias, se pode atingir tal propósito.

Sandmann (2020) adverte que o destinatário da mensagem propagandística, no caso, o comunicatário, principalmente aquele inserido no contexto de vida urbano, encontra-se saturado por estímulos de diversas formas (sonoros, visuais, gestuais) e que, mesmo que se dedicasse a prestar atenção e assimilar todas as mensagens que a ele chega por meios dos mais variados meios de comunicação, muita informação importante lhe passaria desapercebida. É por isso que

a linguagem da propaganda enfrenta o maior dos desafios: prender, como primeira tarefa, a atenção desse destinatário. Tendo conseguido que o comunicatário se ocupe com determinado texto, convencê-lo ou levá-lo em consequência à ação possivelmente são tarefas ou desafios menores. Prender a atenção do leitor ou ouvinte parece ser a porfia maior. Por isso a criatividade incansável do propagandista ou publicitário na busca incessante de meios estilísticos que façam com que o leitor ou ouvinte preste atenção ao seu texto, chocando-o até se for necessário. (SANDMANN, 2020, p. 12-13).

Nesses termos, postulamos que, na campanha publicitária de trânsito, compilar estratégias discursivas e textuais na composição do jogo persuasivo evidencia importantes recursos argumentativos que revelam processos metonímicos imbricados e apresentados mediante mais de uma semiose. Ademais, acreditamos que, na composição da cena multimodal, o enunciador faz escolhas intencionais que visam produzir ou potencializar no seu interlocutor os mais distintos sentimentos, os quais podem oscilar entre aspectos positivos, que reforçam sua identificação com comportamentos adotados no trânsito, e efeitos negativos de sua conduta, experienciados por meio de emoções como sensação de culpa, medo, decepção, compaixão, empatia, dentre outros.

Acrescentamos ainda que analisar de forma atenta e detalhada a mensagem veiculada nesse formato textual, bem como a integração entre o verbal e o visual na construção dos sentidos desse gênero, amplia as possibilidades de interação perante os textos que circulam amplamente nas redes sociais nos quais a multimodalidade se faz presente.

3.2 Argumentação em gêneros persuasivos

Amplamente estudada e com sua importância consolidada nas mais diversas áreas do conhecimento, a argumentação tornou-se objeto de estudo e interesse, desde a Grécia Antiga, nos postulados retóricos de Aristóteles. Ao longo do tempo, influenciados por esse importante filósofo e sua dedicação ao campo da oratória, muitos outros trabalhos que tomaram por base os seus postulados os foram modificando e consolidaram, de forma mais ampla ou mais restrita por delimitações epistemológicas, diversas contribuições no campo das pesquisas interessadas na argumentação.

Dentre os estudos desenvolvidos a partir desse “embrião” aristotélico, ressaltamos o estudo da argumentação em gêneros persuasivos empreendido por Pinto (2010), que tem se destacado no panorama dos promissores trabalhos sobre o fenômeno, ao considerar, além do campo textual, o discursivo, o semântico, o pragmático, o semiótico, dentre outros, no tocante à construção argumentativa. Aos estudos que centram suas atenções na análise dos textos

persuasivos, Pinto (2010) reivindica a observância e a atenção a aspectos inerentes ao funcionamento textual que foram historicamente desconsiderados pelos estudos da Pragmática Semântica, da Linguística Textual e da Análise do Discurso, dentre outros, propondo uma revisão e atualização da teoria da argumentação que privilegie, como ponto de partida, as investigações e notórias contribuições da Linguística de Gêneros.

Nesta seção, procuramos detalhar, a partir da proposta de análise de Pinto (2010), a seleção das categorias de análise que possibilitaram a investigação do objeto (a metonímia) no *corpus* selecionado para este estudo, no caso, as campanhas publicitárias de trânsito.

Pinto (2016) discorre sobre a trajetória dos estudos acerca da argumentação e ratifica que esse campo conceitual, influenciado pelas mais diversas abordagens, percorreu um longo trajeto desde os estudos retóricos até o presente momento. A autora reconhece a argumentação como uma atividade complexa e lança um olhar para as várias teorias que contribuíram significativamente para alargar esse importante campo investigativo, mas que, por outro lado, deixaram lacunas ainda não preenchidas ao longo das investigações a tenham como foco.

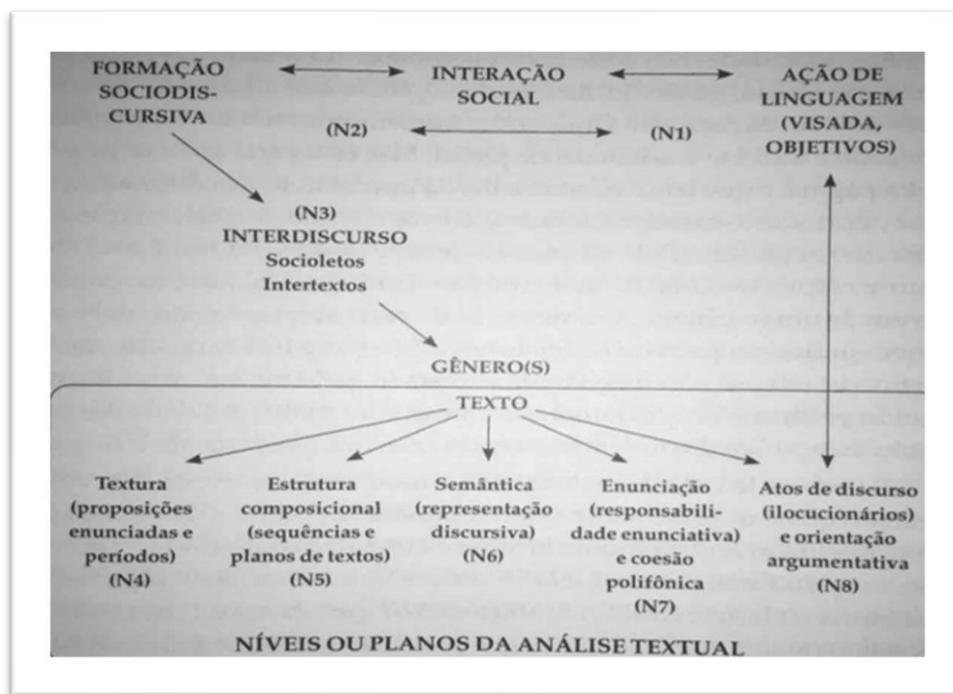
Ao empreender uma revisão dos postulados sobre texto e gênero, Pinto (2010) procurou evidenciar as contribuições dos estudos linguístico-textuais ao terreno da argumentação, ressaltando as limitações dos modelos de análise de textos empíricos à luz da Linguística de Gêneros. A autora parte do princípio de que a argumentação não pode ser estudada em textos abstratos, nos quais as questões de ordem discursiva, portanto extralingüística, não sejam levadas em conta em face das análises textuais, posicionando-se de maneira contrária aos postulados defendidos durante muito tempo pela própria Linguística Textual em uma de suas mais notórias fases, a das gramáticas textuais.

Para efetivar sua proposta, a pesquisadora concentrou sua investigação, de modo mais particularizado, na abordagem da teoria da argumentação em gêneros e nos estudos situados no campo da Linguística Textual no Brasil, em busca de possíveis confluências. Nessa empreitada, muitas reflexões de cunho tanto teórico quanto epistemológico foram provocadas pela autora, com o intuito de reforçar seu argumento inicial de que a argumentação não deve ser pensada de forma abstrata (descontextualizada), tampouco por meio de abordagens que desconsiderem os fatores extralingüísticos.

Pinto (2015) partilha da perspectiva bronckartiana e a destaca em suas análises, discorrendo sobre a importância desse modelo, que concebe os textos como unidades comunicativas globais, sendo que, em função disso, sua materialidade linguístico-textual deve ser observada. Nesse sentido, é preciso levar em consideração as funções dos textos e as práticas sociais em que se inserem, incluindo-se também, como elementos importantes para a análise,

seus aspectos semióticos ou, em outras palavras, seus recursos verbais e não verbais constitutivos. A autora situa ainda os trabalhos de Jean-Michel Adam, no campo da Linguística Textual, como decisivos para a inclusão de categorias importantes para a análise de textos. De forma ilustrativa, são demonstrados, por meio de um esquema, os principais elementos que Adam (2001) apresenta sob a forma de categorias imprescindíveis e, até certo ponto, inovadoras para as análises textuais, como no esquema 1, usado por Pinto (2016), a seguir.

Esquema 1 – Níveis ou planos de análise textual



Fonte: Pinto (2016, p. 128).

Apesar de o modelo de análise proposto por Adam (2001) proporcionar a inserção de importantes categorias para a análise de textos, Pinto (2016) ressalta que, nos primeiros trabalhos do teórico, ele parecia desconsiderar importantes aspectos acerca da materialidade textual, os quais somente em publicação posterior foram retomados e assumidos como influentes e relevantes dimensões vinculadas à microestrutura textual.

Nesses termos, Pinto (2016, p.16) pontua que, nesse novo modelo proposto por Adam (2001), “os gêneros podem ser descritos através de oito componentes: o semântico, o enunciativo, o pragmático, o estilístico e o fraseológico, o composicional, o material, o peritextual e o metatextual”. Porém, a autora adverte que, apesar dessa descrição mais detalhada e abrangente, o autor ainda se mantém ligado à tradição que parece polarizar duas dimensões: a discursiva, de ordem interacional, e a textual ou estritamente linguística, embora não chegue a negar uma possível confluência entre ambos os domínios teóricos.

Tomando por base o percurso conceitual e teórico traçado por Pinto (2010) e suas considerações acerca da complexidade do processo argumentativo, a proposta de análise que concentrou seus esforços em uma Linguística de Gêneros sinalizava para um modelo de análise de textos que permitisse contemplar, ao mesmo tempo, as dimensões contextual e linguístico-textual do processo argumentativo.

Assim, Pinto (2010) alerta que, nos estudos de gêneros, estes não sejam concebidos apenas como formas de manifestação histórica e social da língua situadas historicamente e institucionalmente, nem tampouco desintegram desse contexto, percebendo-os de forma isolada. Mais que isso, que sejam investigados como uma categoria complexa “inter-relacionado a dimensão social à verbal e à paraverbal ou vice-versa” (PINTO, 2010, p. 153).

Percebe-se que a proposta teórica apresentada por Pinto (2010) é inovadora, principalmente por incluir, na análise dos processos que consideram a construção argumentativa ao lado da materialidade linguística, outro componente relevante a essa construção: as estratégias adotadas pelo enunciador. Assim, a argumentação pode ser observada de modo mais abrangente, permitindo lidar com a complexidade do imbricamento das relações sociais e linguísticas materializadas no plano textual discursivo.

A seguir, apresentamos o quadro teórico proposto por Pinto (2010), no qual a autora apresenta categorias de análise dos gêneros persuasivos que consideram tanto a dimensão contextual quanto a linguística (Quadro 3).

Quadro 3 – Categorias de análise para gêneros persuasivos

Dimensão contextual	
Componentes	Definição
Arquitemporal	Textos já existentes diretamente relacionados, consistindo em uma memória textual
Situacional	Aspectos contextuais relevantes para a produção de textos.
Lugar/época de circulação Instâncias interlocutivas/estatuto dos interlocutores Finalidade Suporte material	Lugar e época em que os textos foram produzidos e circulam. Pessoas responsáveis pela produção/interpretação, papel social e institucional dos interlocutores. Objetivo do ato comunicacional. Suporte utilizado, colocação na página, escolha tipográfica.
Peritextual	Fronteiras do texto.
Metatextual	Discurso sobre o gênero característico da formação sociodiscursiva e sobre as teorias desenvolvidas a respeito do gênero.
Discursiva	Prática sociodiscursiva na qual o texto está integrado.
Intertextual	Ecos dos textos neles presentes
Dimensão linguístico-textual	
Componentes	Definição
Organizacional	Planos de texto (tipos de discurso e sequências). Escolha semântica e temática. Argumentações internas e externas.

Estilística	Textura microlinguística (organizadores textuais, modalizações, aspectos multimodais, dentre outros elementos).
Enunciativa ampliada	Grau de responsabilidade dos enunciados, identidade e implicações.

Fonte: Pinto (2010, p. 256).

Percebemos que essa proposta de análise da argumentação pensada para os gêneros persuasivos permite situar, com mais clareza, componentes que oscilam entre aqueles pertencentes a uma ordem mais interna ou a uma ordem mais externa em relação aos aspectos composticionais discursivos e textuais, de modo a contemplar o que vem a ser toda a complexidade neles envolvida (PINTO, 2010).

Partindo das percepções advindas dos estudos os quais nominou de estudo dos gêneros de discurso, Pinto (2010) seleciona, mediante uma investigação criteriosa, os componentes de ordem interna e de ordem externa por meio dos quais torna-se possível o estudo de um texto empírico enquadrado em determinado gênero, considerando-se toda a complexidade envolvida. Desse modo, os aspectos pertencentes à ordem externa, ou ao eixo contextual, abarcam os componentes arquitempurais, situacionais, intertextuais, metatextuais, peritextuais, os quais se mostram mais alinhados ao âmbito discursivo e evidenciam, com mais nitidez, manifestações de ordem social e histórica. Conforme a pesquisadora,

os componentes externos dizem respeito a todos os aspectos contextuais (sociais, históricos, situacionais) relativos ao universo textual que intervêm diretamente na sua materialização. Esses aspectos são constitutivos do texto e com ele estabelecem uma relação dinâmica e dialógica. (PINTO, 2010, p.159).

No que concerne aos componentes de ordem interna, são vistos pela pesquisadora como elementos integrantes do eixo linguístico-textual, os quais promovem importantes relações com os componentes organizacionais, estilísticos e enunciativos. Esses componentes “dizem respeito a todos os aspectos relativos à organização linguístico-textual do texto. Na verdade, essa organização leva em conta tanto os elementos verbais quanto os não verbais, em textos plurissemióticos” (PINTO, 2010, p. 168).

Com base nos elementos inseridos por Pinto (2010) nesse quadro conceitual (cf. Quadro 3), considerando a necessidade do recorte das categorias em face das limitações da pesquisa e de modo a atender os propósitos deste estudo, selecionamos os componentes da dimensão contextual de ordem situacional que abarcam como subcategorias a finalidade, o suporte, a época de circulação e a instância interlocutiva. Quanto aos componentes da dimensão linguístico-textual, selecionamos os componentes de ordem estilística e enunciativa ampliada. Discorremos, a seguir, acerca desses conceitos, de modo a evidenciar a incorporação e a relação

dessas escolhas para subsidiar as nossas análises acerca dos componentes metonímicos e sua relação com a construção argumentativa em gêneros persuasivos.

3.2.1 Argumentação em gêneros – componente situacional

Nos trabalhos encabeçados e posteriormente aprofundados por Maingueneau (2002) acerca dos gêneros, são observadas questões relacionadas à finalidade, percebidas mediante formas explícita e implícita, que se relacionam ao lugar tanto de caráter empírico quanto de circulação, à legitimidade do estatuto dos parceiros, ao momento de realização no que se refere à periodicidade e encadeamento e também ao suporte material.

Em suas análises, Pinto (2010) discorre sobre a importância dos componentes de ordem situacional, pois apresentam informações fundamentais no que concerne a descrições e detalhamentos acerca dos gêneros investigados. Esses elementos são descritos pela autora como o lugar e a época de circulação do gênero, o papel das instâncias interlocutoras, o objetivo ou propósito comunicativo e o suporte através do qual o texto é veiculado. O compilado dessas informações é imprescindível em análises que investiguem a construção da argumentação em gêneros persuasivos, conforme descrito no quadro 4:

Quadro 4 – Subcategorias do componente situacional

Componente Situacional	Época – tempo empírico e de circulação; periodicidade; duração de encadeamento; continuidade; duração de validade. Lugar – empírico e de circulação. Instâncias interlocutivas – papel dos interlocutores. Suporte material – lugar em que o texto é veiculado. Finalidade da comunicação – externa e interna.
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Pinto (2010, p.167).

Para a pesquisadora, é importante trazer à cena “o leitor modelo ou o leitor realmente evocado”, como aponta Maingueneau (2002), segundo o qual esse leitor é acionado a partir da apresentação do texto e mostra-se muito relevante nas instâncias de produção de sentidos mais complexas.

Pinto (2010) ratifica os postulados de Maingueneau (2002) acerca da complexidade das instâncias de produção junto às questões de ordem temporal, pontuando que esses elementos são importantes estratégias na produção dos gêneros persuasivos. Em relação ao componente que trata da questão temporal, Pinto (2010), embora reconheça a simultaneidade dos processos de produção e recepção dos textos, inclui, em suas categorias do plano situacional, o tempo empírico e o tempo de circulação do gênero, justificando que configuraram dois importantes eixos a serem considerados.

Segundo a pesquisadora, o tempo empírico se refere à época em que o gênero é produzido, enquanto o tempo de circulação faz menção ao tempo próprio da sua circulação social. Outro elemento fundamental e basilar na compreensão do componente situacional é a finalidade da comunicação e, no caso específico do quadro teórico proposto pela autora, encontra-se aplicada aos gêneros persuasivos. Considerando que a finalidade pode repercutir tanto no aspecto externo quanto no interno, Pinto (2010) observa que a finalidade externa se refere “ao objetivo pretendido a partir de um grupo de textos e pode ser analisável sob dois pólos; a finalidade a que se propõe determinado gênero, de forma genérica; ou ainda, o objetivo de um certo gênero em determinado veículo” (PINTO, 2010, p. 167). Caberia então à finalidade interna constituir-se a partir da leitura integral de um dado texto. Pinto (2010) não descarta, inclusive sugere, a integração dos elementos de ordem interna e externa atuando na perspectiva de um *continuum* por meio do qual o aspecto persuasivo e o aspecto demonstrativo atuam em regime colaborativo, potencializando os efeitos de sentido e a construção da cena argumentativa e variando em graus a depender do gênero em análise.

Em face disso, nesta pesquisa, adota-se esse modelo teórico, pois, tomando por base os aspectos que compõem essa categoria, pode-se analisar com mais profundidade as relações estabelecidas entre propósito comunicativo, lugar e época de produção, meios de circulação (suportes) e construção dos efeitos de sentido, levando em consideração aspectos linguísticos e discursivos na composição dos sentidos, fatores que enriquecem e ampliam a análise.

No caso especial das campanhas publicitárias de trânsito, *corpus* selecionado para esta investigação, percebe-se a importância de considerar a época de produção, pois cada campanha aborda uma temática diferente e mobiliza recursos linguísticos-discursivos que colaboraram para a construção de uma argumentação situada em um contexto (carnaval, férias, feriado prolongado). O jogo argumentativo pode ser analisado pela ótica dos locutores ao estabelecerem diálogos com seus interlocutores, também sinalizados como público-alvo, identificados nas categorias discursivas de motoristas, ciclistas e pedestres.

O propósito comunicativo desse gênero, por sua vez, pode fornecer pistas importantes sobre o que se pretende atingir, de que forma isso será viabilizado e quais os elementos linguísticos e discursivos são mobilizados com o intuito de alcançar os efeitos de conscientização e sensibilização, frente ao tema. Além disso, o locutor pode apelar para a memória discursiva dos interlocutores e, no jogo discursivo, estabelecer uma projeção emocional apelando para construções multimodais que visem impactar ou sensibilizar seus interlocutores, em um esforço persuasivo de promover uma mudança de comportamento ou capacidade de reflexão mediante a campanha.

3.2.2 Argumentação em gêneros – componente estilística

Nas seções anteriores, ao discorrermos sobre os estudos dedicados às figuras de palavras, o levantamento teórico evidenciou a metonímia como um importante componente estilístico tomado como objeto de estudo em diferentes abordagens. No campo mais amplo do fenômeno, a estilística, alguns estudos têm se destacado por empreender análises mais profundas desse componente discursivo-textual, que se manifesta sob as mais variadas formas que os gêneros podem assumir, em especial, naqueles que se situam nos horizontes da persuasão. Nesse panorama investigativo, nossa pesquisa se pauta nas reflexões de Pinto (2010), que também se interessa em compreender a atuação desse importante componente na construção argumentativa dos gêneros persuasivos.

Salientamos que a referida pesquisadora atribui a Bakhtin (1997) o título de primeiro autor a integrar a noção de estilo à problemática dos gêneros, sendo responsável por imprimir uma noção mais complexa ao fenômeno ao associá-lo às escolhas do autor, colocando-se no campo da intencionalidade e da funcionalidade discursiva. Ela também aponta que Jean-Michel Adam (1997) consolidou a percepção do fenômeno no campo dos estudos da Linguística de Texto, detendo-se, porém, nos aspectos microlinguísticos, recorte que o fez desconsiderar, de certo modo, a atuação da estilística nas mais variadas práticas discursivas.

Nesta pesquisa, optamos, assim como Pinto (2010), pela perspectiva de Bakhtin (1997) para fundamentar a noção de estilo, pois os postulados de Adam (1997) não se mostram suficientes para a investigação desse componente textual. Dentre as principais críticas às abordagens de Adam (1997) para o estudo do estilo, a maior delas recai sobre o fato de o teórico não considerar que “as escolhas estilísticas também devem ser feitas de acordo com o grau de conhecimento que um destinatário tem de uma situação, seus pontos de vista, suas crenças. Tudo isso condicionará uma compreensão responsiva desse enunciado por parte desse destinatário” (PINTO, 2010, p. 181).

Na obra bakhtiniana *Estética da Criação Verbal*, o estilo foi incorporado à problemática dos gêneros pelo fato de que, em todas as esferas da comunicação humana, os discursos se materializam sob a forma de enunciados concretos resultantes das enunciações e se apoiam em três elementos fundamentais: o estilo, que engloba recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais, o conteúdo temático e a estrutura composicional. (PINTO, 2010, p. 108).

Ao correlacionar o estilo também às escolhas do locutor, Bakhtin (1997) atribui ao destinatário o que Pinto (2010, p.109) nomeia de compreensão responsiva, e nesse sentido, a

depender do local de onde a atividade humana reportará um dado enunciado, esta deverá levar em conta o destinatário como fator determinante para a escolha do gênero em que se enunciará.

Pinto (2010), na esteira de Bakhtin (1997), adverte para o fato de a estilística tradicional definir o estilo baseando-se apenas “no conteúdo do discurso e na relação que o locutor tem com o seu interlocutor e com seus enunciados (existentes e presumíveis)” (PINTO, 2010, p. 110). É necessário, na visão de Bakhtin (1997), que se atente para a importância do estilo linguístico atrelado à noção de gênero, pois o prejuízo dessa desvinculação pode recair em um aspecto reducionista por meio do qual as mudanças históricas que ocorrem e são caras aos estilos da língua se dissociam das mudanças que afetam diretamente os gêneros do discurso.

Embora tenha partido de Bakhtin (1997), quando da percepção acerca do estilo, a subdivisão entre individual e funcional, ele próprio critica a estilística tradicional “por privilegiar o conteúdo do discurso e a relação que o locutor mantém com o mesmo, não levando em conta o dialogismo que é parte constitutiva da noção de estilo” (PINTO, 2010 p. 179).

Na concepção de Pinto (2010), apesar de ser inegável que o estilo incide sobre uma escolha do locutor, devemos considerar os demais componentes que integram o gênero e nos colocarmos em consonância com a esfera da comunicação na qual o discurso é produzido, sem desconsiderar o destinatário. A pesquisadora enfatiza a complexidade que envolve o processo comunicativo e orienta que, ao atentarmos para a noção de estilo, esta deve interagir diretamente com os elementos tanto externos quanto internos da tessitura textual, que de modo indissociáveis devem ser vistos.

O componente estilístico, abordado por meio de uma ancoragem que privilegia os pressupostos basilares da Linguística de Gêneros, possibilita, então, a observância das evidências argumentativas nas construções e associações que atuam tanto na conjuntura interna (textual) quanto na externa (discursiva) associadas às questões dos gêneros persuasivos.

Partindo da concepção adotada para análise do componente estilístico na proposta de Pinto (2010), que toma por base as contribuições da Linguística de Gêneros, concordamos com a autora acerca da importância de considerar as várias possibilidades discursivas e textuais na análise de gêneros via componente estilístico, estabelecendo o diálogo entre intenções comunicativas, texto e produtor.

Ademais, situando, ainda de forma breve, o *corpus* selecionado para esta pesquisa, as campanhas publicitárias de trânsito, percebemos a relevância do componente estilístico na construção de uma paisagem argumentativa de natureza multimodal e inferencial na qual se manifestem, em graus de maior ou menor implictude, as relações metonímicas envolvidas no processo, as quais relacionam causa e consequência, continente pelo conteúdo, parte pelo todo,

instrumento pela pessoa que o utiliza, concreto pelo abstrato, dentre outras manifestações de base metonímica que participam das construções de sentidos.

3.2.3 Argumentação em gêneros – componente enunciativa ampliada

Esse componente é apontado por Pinto (2010) muitas vezes associado ao componente estilístico e esse fator ressalta a necessidade de ele ser levado em consideração mediante análises que se debrucem sobre a construção da argumentação em textos persuasivos. A pesquisadora parte da hipótese de que, na tessitura textual, o componente enunciativa ampliada pode exercer “uma espécie de controle sobre o componente organizacional e o estilístico e, ao mesmo tempo, é condicionado por esses dois últimos” (PINTO, 2010 p. 183). Segundo a pesquisadora, a escolha dos recursos verbais e paraverbais nasce das intenções do locutor / interlocutor ao buscar criar imagens de si, sendo que essas escolhas influenciam muito a forma pela qual resgatamos as imagens desse locutor/ interlocutor. A respeito disso, Pinto (2010, p. 182, grifos da autora) enfatiza que

O componente enunciativo englobará imagens que determinado Locutor quer trazer para o seu enunciado (*ethos*), visando a algum objetivo, de forma a predispor um Outro (*phatos*) a receber sua mensagem. Entretanto essas imagens só serão percebidas *a partir da escolha perpetrada pelo Locutor dos recursos verbais e paraverbais utilizados e dos fatores organizacionais presentes no universo textual*.

Estabelecendo uma breve revisita aos estudos aristotélicos, Pinto (2010) reforça que questões relativas ao *ethos* sempre estiveram relacionadas, desde a retórica clássica, a duas vertentes: uma, de base grega, que tomava por base os hábitos oratórios, sendo a imagem do locutor construída pelo discurso, e outra, de base romana, que levava em conta os hábitos reais, sendo a imagem do orador um dado pré-existente, relacionada a aspectos pessoais e institucionais.

É importante pontuar que, nos estudos aristotélicos, a noção das três provas que definem o discurso, “*o logos* – correspondente às estruturas dos argumentos colocados pelo orador, *o phatos* – referente às emoções suscitadas pelo discurso junto ao auditório, e *o ethos* – imagem que o orador transpõe de si para o discurso” (PINTO, 2010, p. 183) colaboraram para o reconhecimento da importância do *ethos* em relação às provas, pelo fato de se construir no interior do discurso e se evidenciar “pelos escolhas dos recursos verbais e não verbais, feitas pelo orador.” (PINTO, 2010, p. 184).

Pinto (2010) demonstra que, tanto na base das ideias de Quintiliano, Isócrates, ou Cícero, quanto em Aristóteles, o *ethos*, de fato, se configura como um dado pré-existente do

orador, do qual se presume um caráter individual e institucional baseado nas suas escolhas sociais e no seu modo de viver, que o autoriza a assim enunciar-se a um determinado auditório. Ademais, a pesquisadora encontra nos estudos de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1998), além da ampliação do estudo da argumentação às esferas argumentativas, que se ocupam tanto da oralidade quanto da escrita, o reforço da importância da adequação discursiva do orador ao seu auditório em vista da construção da persuasão.

Tais teóricos, reforçam, principalmente, os hábitos oratórios que perpassam a história da argumentação desde a Antiguidade greco-romana, mas enfatizam a necessidade do orador de se adequar às crenças e valores do seu auditório. Para isso, esse mesmo orador deveria ter uma certa representação do que seria esse auditório, e também das ideias deste último em relação ao primeiro (PINTO, 2010, p. 185).

Ao traçar um panorama dos estudos que privilegiam o *ethos* no âmbito dos estudos linguísticos, Pinto (2010) destaca as contribuições advindas das pesquisas empreendidas por Charaudeau (1984, 2005), Maingueneau (1996, 1999), Amossy (1999) e Adam (1999). A pesquisadora percorre a noção de *ethos* desde estudos basilares, identificados em Aristóteles, até a sua consolidação como um mecanismo discursivo-textual. Não temos a pretensão de detalhar cada um desses estudos, apenas pontuaremos, à luz das percepções da pesquisadora, as contribuições que mais se aproximam do viés de análise que realizamos nesta pesquisa.

Assim, salientamos uma curiosa percepção dentro do escopo investigativo da Linguística Enunciativa observado por Pinto (2010). Segundo a pesquisadora, em pleno século XX, nem nos postulados de Benveniste nem nos de Kerbrat-Orecchioni, constava a terminologia *ethos*. Essa percepção chama a atenção, pois esses autores se ancoram nos preceitos aristotélicos e se centralizam em descrições de processos linguísticos que refletem a presença de um locutor (PINTO, 2010, p. 186). Decerto, parece então tratar-se de uma escolha terminológica.

Pinto (2010, p. 186) ressalta que Oswald Ducrot é “que realmente trouxe a problemática do *ethos* para o âmbito da linguística”, e isso ocorreu pela importância que foi atribuída ao enunciado e pela revisão da importância outrora atribuída ao sujeito (exterior ao enunciado), o que fez com que as análises se centrassem no campo das instâncias discursivas do interlocutor. Nesse contexto, abriu-se espaço para a presença, no discurso, de um ou vários enunciadores, que corresponderiam por sua vez, a diferentes pontos de vista. Esse enunciador ou os vários enunciadores propostos por Ducrot são retomados posteriormente por Dominique Maingueneau, desta vez com uma abordagem do *ethos* pela veia da Análise do Discurso. Nessa

perspectiva, o *ethos* passa a constituir-se a partir de escolhas linguístico-textuais, e sua presença passa a ser legitimada a partir de um

quadro interativo (dentro de uma cena globalizante e genérica definidas e com uma cenografia legitimada discursivamente) e inserido em um determinado gênero, o que implica papéis específicos, lugares, momentos de enunciação, suporte material e modo de circulação para determinado enunciado. (PINTO, 2010, p. 188).

Nesse sentido, cabe, portanto, ao leitor, no movimento interpretativo, recuperar, através das pistas, “o enunciador, a garantia e o co-enunciador”, pois, nesse panorama situacional previsto pela estrutura discursiva, haverá um enunciador que procura estabelecer um tom de validação daquilo que é por ele dito.

Nos estudos posteriores, as investigações centradas no *ethos* foram retomadas, e, nos trabalhos de Adam (2001), o componente enunciativo é entendido a partir de uma nova perspectiva teórica que o prevê não apenas como “grau de responsabilização dos enunciados, mas também a identidade e a implicação dos co-enunciadores, a saber, o *ethos* e o *pathos*” (PINTO, 2010, p. 192). O *pathos*, tanto nos estudos de base aristotélica quanto nos de seus seguidores, a exemplo de Perelman (1997), Plantin (2004) e Adam (1999), seguiu na agenda dos estudos discursivos-textuais associado à categoria e às capacidades das emoções (PINTO, 2010).

Traçando um breve paralelo comparativo com as campanhas publicitárias de trânsito, na esteira de Pinto (2010) e das reflexões advindas do componente enunciativa ampliada, investimos na construção da paisagem argumentativa dessas campanhas, acreditando que explorar as categorias *ethos* e *pathos* na construção persuasiva do gênero contribui para ampliar as possibilidades de leitura e interpretação mediante a percepção de um sujeito que se enuncia e busca validar seu argumento. Esse enunciador, enquanto uma instituição, objetiva interagir com seu interlocutor, tendo em vista persuadi-lo a mudar-lhe determinado comportamento (em caso negativo) ou reforçar determinado hábito (validado como positivo).

Postulamos que a opção do locutor (*ethos* institucionalizado) por usar palavras ou imagens que remetem a atitudes de selvageria, alcoolismo, excesso de velocidade, por exemplo, colabora para a construção de uma paisagem argumentativa que avalia de forma negativa e punitiva os comportamentos de um dado condutor (interlocutor *pathos*) ao combinar álcool e direção, por exemplo. Mediante tais opções, a imagem que se (re)constrói desse interlocutor, em face do argumento apresentado (*logos*), pode assumir diferentes nuances, desde infrator, monstro ou até mesmo suicida.

Ressaltamos, por outro lado, que a seleção pode ocorrer também com vistas à construção de uma imagem positiva desse interlocutor/condutor. Em outra situação, ao combinar elementos que colaboram para reforçar atitudes afirmativas, a imagem do outro/ interlocutor poderá ser traduzida em avaliação positiva, como consciente, prudente ou responsável.

Enfatizamos que, a depender das escolhas estilísticas, enunciativas e composicionais, na trama argumentativa das campanhas de trânsito, o enunciador, no caso, a instituição fiscalizadora de trânsito, pode colocar-se em uma condição que lhe confere autoridade para persuadir pela força da emoção e das imagens impactantes, ou de atitudes positivas, visando atingir o seu interlocutor e o fazer refletir sobre a imagem de si que é construída diante de seus olhos.

Mediante a explanação e contextualização das categorias selecionadas para esse estudo, na seção seguinte se descrevem a pesquisa e os procedimentos metodológicos utilizados.

4 METODOLOGIA E ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

Nesta seção apresentamos a metodologia empregada no processo investigativo mediante a caracterização da pesquisa e os procedimentos metodológicos, incluindo-se, além dos critérios utilizados na constituição e seleção do *corpus* e os procedimentos de análise, a análise dos dados coletados.

4.1 Procedimentos metodológicos

A pesquisa é de caráter documental e de natureza qualitativa e descritiva quanto à fonte e ao tratamento dos dados, respectivamente. A pesquisa bibliográfica, segundo Fonseca (2002), é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de *websites*. Conforme o autor, qualquer trabalho científico inicia-se por uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto e, partindo disso, acrescentar algo.

No que concerne à pesquisa descritiva, Triviños (1987) define como sua característica fundamental promover uma análise minuciosa e descritiva do objeto de estudo, fato que exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar.

Nesse sentido, justificamos a delimitação e seleção do referencial teórico, que possibilitou a delimitação do escopo deste trabalho. Para a consolidação da proposta, nos pautamos nos pressupostos da Linguística Cognitiva, para proceder ao estudo da metonímia como um processo conceptual, estabelecendo uma interface com a Linguística Textual e assumindo os postulados da referênciação e da proposta teórica de Pinto (2010), que trata da argumentação em gêneros persuasivos, foi possível elencar as categorias de análise para a observação do fenômeno que procuramos evidenciar, bem como enfatizar a relação entre a metonímia e argumentação no curso da interação.

Ressaltamos que este trabalho não tem a pretensão de quantificar a ocorrência do fenômeno, mas sim descrever e interpretar, com base em uma análise minuciosa, a ocorrência de metonímia conceptual manifestada em mais de uma semiose e investigar sua relação com a construção persuasiva das campanhas multimodais de trânsito.

Discorreremos, a seguir, a respeito da seleção e constituição do *corpus* desta investigação.

4.1.1 Constituição do *corpus*

O *corpus* desta pesquisa se constitui de 10 (dez) exemplares de campanhas de trânsito coletados diretamente da página governamental do DETRAN-PI, na plataforma *Facebook*. É sabido que as redes sociais, em razão, principalmente, da democratização da internet, têm se configurado cada vez mais como poderosas ferramentas comunicativas. Nesse sentido, empresas e instituições, inclusive entidades fiscalizadoras e reguladoras, buscam, por meio da mediação tecnológica, promover estratégias discursivas atrativas e interativas capazes de alcançar seu público-alvo, disseminando ideias, comportamentos, apelos. No caso específico das campanhas de trânsito, elas têm ganhado espaço tanto na mídia televisiva quanto nas plataformas de interação *online*, como é o caso das redes sociais.

Os critérios de escolha das campanhas foram, primeiro, o fator temporal, demarcado entre a primeira postagem, em 2012, e a última, em 2017, configurando um limite de 6 anos de veiculação das campanhas na plataforma; segundo, o fato de, nos exemplares, estarem presentes metonímias, e, terceiro, o fato de as campanhas apresentarem metonímias manifestadas em mais de uma semiose.

Quanto ao segundo e terceiro critérios, estes se justificam pelo interesse da pesquisa não se ater apenas à ocorrência do fenômeno metonímico atrelado apenas ao verbal, pois isto já tem sido feito historicamente, como na pesquisa de Ione Aires Santos (2011), que se concentra na análise e descrição da metonímia como um fenômeno cognitivo e inferencial na materialidade verbal, não considerando textos multimodais.

De modo a seguir nessa perspectiva de reconhecimento da metonímia como um mecanismo cognitivo e inferencial, buscamos aprofundar um pouco mais esse campo investigativo e encontramos em Lima (2009) um estudo centrado nos processos de recategorização que tem por base, na maioria das vezes, as observações acerca desse fenômeno construído via ativações metonímicas e metafóricas imbricadas. Nesse estudo, ocorre, via integração semiótica, a sinalização para possíveis construções metonímicas também no plano visual. Ademais, trabalhos ainda mais recentes, a exemplo do estudo do processo de recategorização no gênero charge empreendido por Lima (2014), sinalizam para a metonímia mapeada no modo imagético atuando como um importante elemento, ao lado da metáfora, no processo de recategorização e construção de sentidos em textos visuais. Assim, portanto, tomando por base essas relevantes pesquisas, situamos nosso estudo.

Embora reconheçamos que, ao elegermos o texto multimodal para análise, isso já venha a representar um grande avanço nos estudos dedicados exclusivamente à metonímia, analisamos

ainda a possibilidade de sua ocorrência atrelada também ao plano visual. Nesse sentido, esta pesquisa estabelece uma possível relação entre o componente metonímico manifestado no plano verbal, mas também para além dele, considerando o componente visual e a sua relação com a construção da argumentação em campanhas de trânsito.

4.1.2 Procedimentos de análise

De modo a comprovar a viabilidade da aplicação da teoria da metonímia conceptual em textos multimodais por meio de uma interface com a Linguística Textual a partir da teoria da argumentação em gêneros, tomando por base o diálogo entre essas duas áreas de estudo, uma sequência de passos fez-se necessária a fim de comprovarmos a hipótese estabelecida na fase inicial deste trabalho, conforme o quadro 5.

Quadro 5 – Passos metodológicos

Primeiro passo	Explicação acerca do gênero textual persuasivo campanha de trânsito, mediante as subcategorias adotadas a partir do componente situacional, conforme Pinto (2010), com vistas a abranger aspectos da dimensão contextual que demonstram relevância para a construção argumentativa desse gênero.
Segundo passo	Mapeamento das metonímias manifestadas tanto por semiose verbal quanto visual, por meio do componente estilístico pertencente à dimensão microlinguística.
Terceiro passo	Descrição das metonímias mapeadas, tomando por base seu caráter conceptual, amparadas pelo aporte teórico da Semântica Cognitiva via modelos cognitivos idealizados (MCIs), conforme Lakoff (1987).
Quarto passo	Mediante o componente enunciativa ampliada, proposto por Pinto (2010) no quadro de análise para gêneros persuasivos, estabelecimento da relação entre as escolhas enunciativas pautadas em metonímias conceituais e a ativação de gatilhos que expandem e ativam a dimensão sociocultural, conferindo às campanhas publicitárias de trânsito um viés intencional que revela uma complexa face persuasiva.

Fonte: A autora.

Esse percurso metodológico viabilizou a análise da metonímia conceptual em textos multimodais como um importante e complexo elemento que atua como um gatilho na construção de estratégias argumentativas nas campanhas de trânsito. Partimos da hipótese de que esse fenômeno (a metonímia conceptual) ativa uma importante rede inferencial de alcance sociocultural, e sua convocação/seleção não se dá de modo aleatório. Apoiando-nos nesse pressuposto, postulamos uma correlação intencional entre as escolhas enunciativas metonímicas e a construção persuasiva nas campanhas a serviço da conscientização no trânsito, demonstrada nas análises presentes no próximo capítulo.

4.2 Análise das campanhas publicitárias de trânsito

Com o intuito de alcançar os objetivos propostos nesta pesquisa, apresentamos as análises que revelam a relação entre a metonímia conceptual e a construção da argumentação no gênero campanha publicitária de trânsito.

A primeira campanha (Figura 2), compartilhada em 08 de outubro de 2012, na plataforma *Facebook* do DETRAN-PI, visa persuadir o interlocutor a respeito dos riscos de assumir o volante após a ingestão de bebida alcoólica.

Figura 2 – Campanha “Álcool e volante: um suicídio”



Roleta Russa

Quem dirige alcoolizado não respeita a própria vida. Somente no Piauí, morrem quase mil pessoas* vítimas de acidente de trânsito e o álcool é uma das principais causas. A cada hora acontece um acidente de trânsito com vítima em algum lugar do estado. Isso resulta em mais de mil internações por ano nos hospitais da rede pública, gerando um grande ônus financeiro que poderia estar sendo revertido para a construção de mais hospitais, por exemplo.

SE VOCÊ É CONSCIENTE E SABE DAS CONSEQUÉNCIAS DE DIRIGIR ALCOOLIZADO, PARABÉNS!

* Sistêmico de Informações de Mortes em Acidentes de Trânsito (Sintaxis)

Mas, se você ainda dirige depois de tomar todas ou somente um golinho de bebida alcoólica, fique sabendo que álcool e volante são como uma roleta russa: uma hora a única bala do tambor encontra o disparador.



Departamento Estadual
de Trânsito



Fonte: <https://www.facebook.com/DetranPI/photos/423638787698147> acesso em 18 de outubro de 2020.

Iniciamos a análise apoiando-nos na categoria situacional, pertencente à dimensão contextual, de modo a detalhar, com base em Pinto (2010), a importância desse componente e suas subcategorias na análise dos gêneros que apresentam uma face persuasiva. Assim, observamos que essa campanha tem o propósito de persuadir seus interlocutores acerca da importância de uma tomada de consciência em relação a condutas infracionais ao volante, elegendo como temática a relação perigosa entre o consumo de bebidas alcoólicas e o ato de dirigir.

No que diz respeito à época de circulação, vemos que a postagem no *Facebook* se deu em um contexto que antecede um importante feriado nacional reservado pela tradição católica à santa padroeira do Brasil, Nossa Senhora Aparecida, comemorado no dia 12 de outubro. Acreditamos que a proximidade com feriados e a possibilidade de viagens possam ter influenciado e motivado a divulgação dessa campanha, que visa alertar e conscientizar um maior número de condutores.

Culturalmente, porém de modo não exclusivo, em muitos feriados prolongados, as famílias, na tentativa de desfrutar de mais tranquilidade, fugindo do caos da cidade, procuram o litoral, a casa de familiares e amigos, pousadas, dentre outros lugares, para se reunir ou simplesmente buscar refúgio dos afazeres do trabalho, aproveitando a diversão e o descanso que o recesso representa. Nessas ocasiões, em que pessoas queridas se reúnem, é comum que as reuniões sejam regadas a bebidas alcoólicas e que o desejo de aproveitar até o último momento do passeio/encontro leve muitas pessoas a retornarem a suas casas assumindo o volante em condições que não são condizentes com o que prevê o Código Nacional de Trânsito, ou seja, dirigem sob o efeito do álcool, contribuindo drasticamente para a crescente estatística de acidentes com vítimas fatais em rodovias e estradas estaduais.

A fim de contemplar as categorias selecionadas para a análise, corroborando Pinto (2010) no que diz respeito à complexidade que a face persuasiva de um texto assume, abordamos o componente situacional referente à dimensão contextual dessa campanha. Nesse sentido, percebemos que a instância interlocutiva, DETRAN-PI, demonstra um alinhamento com o que prevê o Código de Trânsito Brasileiro (CTB) e, amparada por argumentos que lhe conferem autoridade, junto à sua posição institucional, dirige-se ao seu interlocutor assumindo, como estratégia argumentativa, um tom que revela julgamento crítico à prática criminosa adotada por muitos condutores de veículos automotores.

De modo a situar os aspectos da lei que embasam a construção argumentativa nessa campanha, destacamos que a Lei nº 11.705, também chamada de Lei Seca, foi sancionada pela presidente Dilma Rousseff, em 19 de junho de 2008, sendo resultante de uma reformulação e endurecimento da Lei 9.503/1997, que previa como infração gravíssima, no Código de Trânsito Brasileiro (CTB), a constatação superior a 0,6 g/l de álcool no sangue dos condutores.

Sancionada, portanto, como uma grande aliada no combate ao hábito de beber e dirigir, a Lei Seca reduz a zero a tolerância quanto ao teor de álcool presente no sangue dos condutores e estende-se também a fiscalizar, coibir e punir a venda de bebidas alcoólicas ao longo das rodovias federais. Além disso, sujeita o condutor flagrado em condições adversas ao pagamento de multas de alto valor, incluindo ainda apreensão do veículo e suspensão do direito de dirigir.

Ademais, o condutor infrator pode vir a ter esses valores e punições agravadas, ou mesmo duplicadas, em caso de reincidência, podendo sofrer detenção por um período que pode variar de 6 meses a 1 ano.

Diante do exposto, evidenciamos que o locutor dessa campanha se dirige ao seu interlocutor no sentido de alertar, por meio do *slogan* “Álcool e Volante: um suicídio”, que assumir a direção sob os efeitos do álcool equipara-se a uma atitude suicida, pois o condutor, voluntariamente, se submete à possibilidade de causar a própria morte no trânsito. Além disso, ao comparar os efeitos do álcool na direção com as conhecidas e perigosas práticas de roleta-russa, a instância interlocutiva evidencia repúdio a essas duas atitudes, colocando-as em um mesmo patamar de condenação, ou seja, equiparam-se duas ocorrências perigosas e criminosas que nada têm a ver com posturas corajosas ou desafiadoras, ao contrário, o que elas evidenciam é o total desprezo para com a própria vida ou a de outrem no trânsito.

Reiteramos que a Lei Seca tornou-se amplamente conhecida em nossa sociedade, figurando como um dos temas escolhidos para a redação do ENEM, no ano de 2013. Também estampou, de modo obrigatório, capas de cardápios em bares e restaurantes e faz-se presente em mídias como rádio e televisão sob variados formatos textuais. Nos últimos anos, os órgãos fiscalizadores responsáveis por sua disseminação, visando conscientizar um maior número de condutores, têm-se utilizado das artimanhas da linguagem publicitária e dos suportes materiais das plataformas virtuais, valendo-se, assim, dos seus ambientes interacionais. Sob esse enfoque, acrescentamos que o gênero propaganda, as plataformas virtuais e sua relação com a multimodalidade têm contribuído significativamente para uma maior disseminação das informações e das mensagens persuasivas veiculadas nas campanhas que visam à conscientização no trânsito.

Essa linguagem, marcada pela presença da multimodalidade, conforme Kress e Van Leeuwen (2006), tem evidenciado que, na composição de uma imagem, existem elementos tão ricos do ponto de vista da construção de sentidos, quanto os elementos dispostos e já tão bem explorados pelo plano verbal da língua. Isso reforça, cada vez mais, a necessidade imperativa da leitura visual e o desvendar das inferências, aspectos que se confirmam mediante a dinamicidade exigida ao ato de ler e a compactação e camuflagem das ideias que a linguagem publicitária e os modernos suportes interacionais implicam. No *Facebook*, por exemplo, a leitura é caracterizada pela instantaneidade, visto que os sentidos devem ser construídos “no deslizar dos dedos”, sob o risco de não serem apreendidos, e outras informações, com construções às vezes mais interessantes, venham se sobrepor.

Tomando por base o quadro para análises de gêneros persuasivos proposto por Pinto (2010), damos ênfase aos elementos da dimensão linguístico-textual e, sob o enfoque do componente estilístico e enunciativa ampliada, procedemos à análise da textura microlinguística, no sentido de aferir a presença de metonímias conceptuais e descrever sua importância para a construção argumentativa dessa campanha multimodal.

A priori, evidenciamos, nesse exemplar do gênero persuasivo, uma relação metonímica de CONTINENTE PELO CONTEÚDO, advinda da escolha do componente visual ‘copo’ para referir a “bebida alcoólica/álcool”, aspecto confirmado mediante a expressão lexical “caipiroska”, um tipo específico de bebida dentro do universo dos *drinks* e coquetéis etílicos. Comumente conhecida como caipiroska e suas variações (caipivodka e caipirodka, caipiríssima), a caipirinha (mistura de cachaça, limão, açúcar e gelo) é uma bebida popular e originalmente brasileira que, em sua formulação, apresenta um alto teor alcoólico.

Na campanha em análise, a bebida é apresentada visualmente na sua versão tradicional, porém com a nomenclatura “caipiroska”. É possível inferir nessa escolha enunciativa que o interlocutor conhece o potencial alcoólico da cachaça, que beira os 48% de álcool, estabelecendo, assim, também a correlação entre o consumo e o rápido efeito desse componente no organismo, desde alterações motoras a psicológicas, em fração de segundos.

Em face disso, é a apresentação visual e estilística do componente “volante” que permite, por meio da ancoragem metonímica baseada no INSTRUMENTO PELA PESSOA QUE O UTILIZA, que seja trazida à baila a figura central da campanha, o condutor. Observa-se, partindo disso, uma alteração da paisagem argumentativa, bem como o tom daquele que se enuncia. Observamos que, embora o copo possa ser tomado metonimicamente como bebida alcoólica, na primeira vez que aparece no texto da campanha, ao ser reapresentado com indícios do conteúdo consumido e associado ao condutor, este componente passa a figurar, por meio da metonímia CAUSA PELO EFEITO, como “embriaguez”.

Nesses termos, corroborando Lakoff e Johnson (2002), é em termos metafóricos que somos capazes de experienciar uma coisa em termos de outra. Assim, nessa campanha, mediante as construções inferenciais evidenciadas, podemos pensar, em face da associação entre bebida alcoólica e a expressão lexical “roleta-russa”, a metáfora BEBIDA ALCOÓLICA É UMA ARMA e, entre volante e embriaguez, que O CONDUTOR EMBRIAGADO É UM SUICIDA.

Por meio do componente enunciativa ampliada, inferimos que o enunciador se vale, como estratégia argumentativa, da recategorização do “condutor” como “suicida”, pois essa escolha enunciativa estabelece um jogo com a emoção do interlocutor com vistas a apelar,

mediante apresentação de uma prova irrefutável, para o seu caráter. Além disso, essa escolha enunciativa busca desencorajar o interlocutor a respeito dessa prática, ao persuadir por meio do apelo ao instinto/ desejo de preservação da própria vida.

Para fins de melhor contextualização, reforçamos que a perigosa e criminosa prática da roleta-russa é assumida em um conhecido jogo de azar no qual os participantes, mesmo cientes das consequências, munem um revólver com apenas um cartucho, giram e fecham o tambor, disparando contra si próprios ou outrem, apelando para a sorte ou para o encontro direto com a morte.

Acrescentamos que, seguindo essa vertente argumentativa, o enunciador busca persuadir seu interlocutor da importância de obedecer às leis, apresentando evidências de que perder a vida por uma atitude irresponsável representa uma grande ou talvez a maior punição ao condutor e que disparar o “gatilho” contra a própria vida acarretaria um prejuízo muito superior ao valor das multas e das penalidades aplicadas pelo CTB, pois, no caso evidenciado na campanha, o preço da infração é pago com a vida.

Percebe-se, por meio dos componentes selecionados como categorias de análise, os quais tomam por base o quadro para argumentação em gêneros persuasivos propostos por Pinto (2010), que o enunciador lança mão de metonímias mapeadas mediante semioses verbal e visual como importantes estratégias inferenciais que contribuem para a construção persuasiva dessa campanha de trânsito. Além disso, essas escolhas enunciativas revelam estratégias argumentativas que intentam resgatar, mediante ancoragem em conhecimentos socioculturais compartilhados, conforme Abreu (2004), o reforço necessário para condenar ou inibir, com base em avaliação moral negativa e acusatória, a postura criminosa e infracional possivelmente adotada por alguns condutores.

Salientamos que, em nossa análise, não desconsideramos as metáforas nem outras instâncias que colaboram nesse fazer argumentativo, porém buscamos evidenciar que as metonímias constituem a base de uma rede inferencial que se expande e articula mais sentidos e significações, mantendo, assim, uma estreita e importante relação com a construção da persuasão nas peças publicitárias de trânsito, comprovando e confirmando o que já fora apontado por Lima (2009).

Isso posto, passemos à análise da próxima campanha (Figura 3), compartilhada em 25 de março de 2013, no *Facebook* do DETRAN-PI, a qual tem como temática a perigosa combinação entre celular e volante.

Figura 3 – Campanha “Não use celular ao volante”



Fonte: <https://www.facebook.com/detranpiaui/photos/500931729968852> acesso em 18 de outubro de 2020.

Tomando por base o quadro teórico para análise de gêneros persuasivos (PINTO, 2010) e considerando aspectos da dimensão contextual por meio das subcategorias do componente situacional, verificamos que essa campanha apresenta como propósito comunicativo persuadir seus interlocutores a respeito da necessidade da adoção de uma postura responsável e respeitosa no trânsito para consigo e com os outros, mediante a exploração de uma temática que problematiza o uso do celular ao volante e os perigos aos quais essa atitude infracional encontra-se associada.

No que diz respeito à época de circulação da campanha, não percebemos uma relação direta entre a data de postagem e alguma comemoração ou data específica que tenha motivado sua publicação. Destacamos, todavia, mediante a atemporalidade e importância do tema, que a instituição governamental, DETRAN-PI, faz uso constante da plataforma para divulgar campanhas que visam a alertar os condutores para os riscos de usar o celular no trânsito.

No intento de contextualizar essa ferramenta indispensável à vida cotidiana e à sobrevivência em uma sociedade permeada por tecnologias, vale destacar que esse equipamento tecnológico trouxe inúmeros benefícios, principalmente no campo das comunicações, tornando mais fáceis e ágeis as interações. Por meio dos diversos recursos e aplicativos disponíveis, é possível, por exemplo, que o usuário se beneficie da possibilidade de estar em mais de um lugar ao mesmo tempo, aspecto, dentre tantos, que concedeu ao celular posição de destaque no

encurtamento das distâncias, na melhoria nas relações interpessoais e na rápida resolução de problemas do cotidiano.

Entretanto, apesar dos inúmeros fatores positivos advindos do uso desse aparelho, há os efeitos negativos que decorrem de uma relação indissociável entre o usuário e os recursos tecnológicos. Essa dependência se materializa em meio à constante falta de limites entre a fronteira que determina quem controla quem, repercutindo assim em atitudes perigosas no trânsito. Isso porque, muitas vezes, em razão da pressa, da ansiedade ou até mesmo da curiosidade, o condutor se arrisca ao visualizar uma mensagem, atender uma ligação, acessar um site, abrir um aplicativo, pondo em risco a vida de terceiros e contribuindo inevitavelmente para o aumento no número de acidentes automobilísticos, aspecto que se confirma em pesquisas divulgadas pela Associação Brasileira de Medicina de Tráfego⁴, as quais atestam que a terceira maior causa da morte no trânsito é o uso do celular ao volante.

Pesquisas realizadas por importantes órgãos reguladores, a exemplo da Administração Nacional de Segurança Viária (ANSV) e do Centro de Experimentação e Segurança Viária(CESVI)⁵, enfatizam os perigos do uso do celular ao volante e o quanto esse aparentemente inofensivo aparelho pode afetar a atenção do condutor. Mesmo em se tratando de contato apenas pelo canal auditivo, o desvio de atenção causado por atender uma ligação aumenta em até 400% o risco de ocorrer um acidente de trânsito por não haver, nessas condições, tempo suficiente para o condutor reagir mediante ocorrência inesperada. Essas pesquisas ainda dão conta de que o desvio do olhar do condutor para responder uma mensagem no *WhatsApp*, mesmo a uma velocidade de 80 km/h, equivale a dirigir, sem perceber, o equivalente à extensão de um campo inteiro de futebol; abrir o *Facebook* à velocidade de 50 km/h equivale a deixar o carro “dirigir sozinho” uma distância equivalente a 12 veículos populares enfileirados, e o simples fato de carregar a rede social à velocidade de 50 km/h equivale a percorrer a extensão de duas carretas enfileiradas com os olhos fechados.

⁴ Cf. USO do celular ao volante é a terceira maior causa de mortes no trânsito. Disponível em: <https://estado.rs.gov.br/uso-do-celular-ao-volante-e-a-terceira-maior-causa-de-mortes-no-transito>; USO de celular ao volante aumenta risco de acidente em 400%. Disponível em: <https://mobilidade.estadao.com.br/mobilidade-com-seguranca/uso-de-celular-ao-volante-aumenta-risco-de-acidente-em-400/>; MÉDICOS Especialistas em Medicina de Tráfego ensinam a reduzir riscos de acidentes nas estradas- Disponível em: <https://abramet.com.br/noticias/medicos-especialistas-em-trafego-abramet/>

⁵ Cf. CESVI Brasil faz estudo sobre riscos de dirigir e usar o celular/ acesso em 28 de março de 2021.

Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/radio/1/conexao-senado/2019/11/26/cesvi-brasil-faz-estudo-sobre-riscos-de-dirigir-e-usar-o-celular>; VIDAS em risco: o perigoso uso do celular ao volante. Disponível em: <https://www.portaldotransito.com.br/noticias/vidas-em-risco-o-perigoso-uso-do-celular-ao-volante/> acesso em 28 de março de 2021.

Além desses fatores presentes nas pesquisas, destacamos que o fato de atender uma chamada enquanto dirige pode submeter o condutor ao descontrole de suas emoções, em função de notícias ou fatos imprevisíveis, o que pode afetar diretamente sua tomada de decisões, interferindo na condução do veículo. Desse modo, expõem-se ao perigo outras pessoas, incluindo pedestres ou outros condutores, devido ao avanço de semáforos, à não leitura de placas com avisos importantes, ao excesso ou redução brusca do limite de velocidade. Além disso, a desordem emocional, mesmo momentânea, pode implicar atitudes impulsivas e por vezes até agressivas.

Nessa campanha, percebemos que a instância interlocutiva busca alertar seu interlocutor sobre o perigo mortal de fazer uso do celular enquanto dirige, valendo-se, como estratégia argumentativa, do seu papel institucional e fiscalizador, amparando-se em argumentos de autoridade conferidos pelo CTB.

Estendendo a contextualização ao âmbito da lei que reforça a argumentação nessa campanha, pontuamos que o artigo 252 do CTB classifica como infração gravíssima o ato do condutor de segurar ou manusear aparelho celular durante condução de veículo, o que se estende ao uso de fones de ouvido ou quaisquer outros dispositivos de interação, mesmo que emita apenas sinais sonoros. O condutor flagrado em situação contrária ao previsto na lei está sujeito à multa no valor de R\$ 293,47, além da perda de 7 (sete) pontos na CNH.

Assim, constatamos que o locutor busca evidenciar a perigosa e incompatível combinação entre o uso do celular e o ato de dirigir, imprimindo um tom que reforça a necessidade de atitudes responsivas no trânsito mediante o enunciado “No trânsito a escolha é sua. Faça um pacto pela vida”. A instância interlocutiva intenta persuadir seu interlocutor por meio do *slogan* “Não use o celular ao volante”, destacando, em tom imperativo, a necessidade de o condutor se desvencilhar da dependência causada pelo celular, sob pena de assumir no trânsito o risco de morrer ou matar, devido à iminência de uma colisão, atropelamento ou outros acidentes fatais.

Passamos à análise dessa campanha com foco na atuação das categorias em sua dimensão linguístico-textual, enfatizando o aspecto microlinguístico, e, sob o enfoque das categorias estilística e enunciativa ampliada, revelamos as contribuições da metonímia conceptual para a construção do potencial persuasivo desse exemplar de campanha.

Inicialmente, percebemos que, nessa peça multimodal, é possível inferir o referente “condutor” a partir da escolha estilística e visual de uma “mão”, o que evidencia uma ancoragem metonímica de PARTE PELO TODO. Essa escolha enunciativa revela uma importante estratégia argumentativa pelas implicações que traz. Ao retomar, mediante

construção inferencial, o referente “condutor”, o enunciador intenta projetar também sobre ele o grau de responsabilidade e o julgamento de valor ao qual suas atitudes encontram-se constantemente submetidas no trânsito.

Reforçamos que, neste trabalho, assumimos o pressuposto de Lakoff (1987) que nos permite dizer que os modelos cognitivos metonímicos encontram sustentação nas experiências concretas entre o indivíduo e as coisas do mundo, partindo de associações entre aspectos considerados de fácil percepção, de modo que, em termos representativos, uma parte que se mostra projeta outras porções e significações que a ela estejam associadas.

Partindo disso, acrescentamos que a apresentação do componente estilístico “celular” mediante semiose verbal e visual permite, por meio da metonímia CAUSA PELO EFEITO, inferir que a “dependência” causada pela relação descontrolada dos condutores para com esse equipamento traz um alto custo à vida. Nesse contexto, ressaltamos a importância do componente estilístico visual “sangue” que pode ser pensado como “vida” ancorado numa relação metonímica de CONCRETO PELO ABSTRATO. Partindo desse pressuposto, é possível instaurarmos a metáfora SANGUE É VIDA e, a partir disso, podemos acrescentar, que nesta peça publicitária, o referente “condutor” adotou uma atitude de negligência consigo mesmo ao deixar a “vida” escapar entre seus dedos quando optou por desafiar os riscos que corria atendendo ao chamado do celular.

Importante enfatizar que nossa análise segue a linha de percepção adotada por Kress e Van Leuwen (1996) acerca da análise das imagens. Segundo esses pesquisadores, elas são tão importantes, ricas e passíveis de análise quanto à estrutura verbal, não devendo ter sua importância considerada em grau diferente do conferido ao verbal, pois as estruturas visuais produzem importantes significados, assim como as estruturas linguísticas.

Necessário também pontuar que, conforme evidenciam Cavalcante, Custódio Filho e Brito (2014), a construção dos referentes é iminentemente social, partilhada e intersubjetiva, carregando em si a necessidade da interação, pois a elaboração de versões do mundo e dos seus objetos constitutivos ocorre em meio a intenções e negociações, nem sempre dadas na superfície textual. No exemplar em análise, a construção dos sentidos encontra-se condicionada à aceitação e negociação entre os participantes da situação interativa, do seu conhecimento de mundo e da sua bagagem cultural, mediante os quais caberá julgar como procedente ou não a interpretação que aqui propomos.

Aprofundando essa discussão e seguindo a categoria de análise enunciativa ampliada, podemos afirmar que as escolhas enunciativas acima apresentadas, somadas às pistas textuais que sinalizam para a ocorrência de morte no trânsito, permitem a recategorização do condutor

como “dependente tecnológico” e “vítima fatal”, ambas se constituindo por processos metonímicos.

Essas escolhas enunciativas atuam como estratégias argumentativas que visam atingir o *phatos* do interlocutor, ao projetar a imagem de um possível condutor que reflete diretamente a impotência, a dependência e a submissão a um equipamento tecnológico, revelando, por meio desse efeito, o alto custo que muitos condutores pagam ao dispensarem alguns segundos de vida para atender ao chamado da morte.

Retomando os objetivos desta investigação e os componentes que servem de base para as análises, concluímos que as metonímias mapeadas, manifestas em semioses verbal e visual, atuam como importantes e intencionais escolhas enunciativas indispensáveis à construção da face persuasiva dessa peça publicitária. Esse mecanismo conceptual e estilístico se mostra dotado de um poder inferencial que ativa, mediante o resgate sociocultural dos acidentes de trânsito, “teias de sentido” que se expandem e se complexificam, ativando importantes gatilhos argumentativos. Acrescentamos que, em face dessa complexidade, alguns outros elementos que não estavam em foco no estudo foram incluídos, por se mostrarem relevantes para a construção de sentidos, por isso foram aqui mencionados.

Passemos, à análise da campanha cuja temática é o perigo das ultrapassagens em locais não permitidos (Figura 4), compartilhada em 25 de março de 2013, no *Facebook* do DETRAN-PI.

Figura 4 – Campanha “No trânsito a escolha é sua. Faça um pacto pela vida”



Fonte: <https://www.facebook.com/DetranPI/photos/500931759968849> acesso em 18 de outubro de 2020

A partir da análise de aspectos que permeiam a dimensão contextual, sob a ótica do componente situacional, essa peça publicitária revela que seu propósito comunicativo é persuadir seus interlocutores sobre a responsabilidade que devem assumir com as vidas que estão sob sua confiança no trânsito. Assim, essa campanha multimodal emerge em face da temática que envolve o perigo das ultrapassagens perigosas, alertando o condutor para o risco de tragédias decorrentes de escolhas imprudentes no trânsito.

No que diz respeito à época de circulação, essa campanha encontra-se associada a um contexto que antecede o período reservado à Semana Santa, importante feriado da tradição católica. Como já mencionado, nesses feriados prolongados, é comum as pessoas viajarem no intuito de desfrutar de um passeio e sair da rotina das grandes cidades, em busca de regiões mais interioranas. O perigo está no fato de que, a depender da programação, muitas vezes as datas de saída e retorno coincidem, fazendo com que muitos condutores peguem a estrada ao mesmo tempo, ocasionando congestionamento e lentidão no trânsito. Esses fatores, somados à pressa, *stress* ou impaciência do condutor podem resultar em muitas ultrapassagens proibidas ou em condições perigosas, ocorrências que disputam hoje o topo das principais causas de morte no trânsito.

Gestadas no campo da publicidade, as campanhas publicitárias, no intento de convencer seu público-alvo, utilizam como estratégia argumentativa um forte apelo emocional (CARRASCOZA, 1999), que, no caso da campanha em análise, emerge na representação de uma cena violenta e trágica de um acidente de trânsito com vítima fatal, despertando muitos sentimentos, desde a revolta até a compaixão. Nesse sentido, observamos que a multimodalidade presente na campanha atua como um importante recurso argumentativo que potencializa, mediante o forte apelo emocional, a permanência da mensagem persuasiva na lembrança dos condutores por mais tempo, influenciando-os para uma prática mais consciente.

Importante destacar a importância da divulgação de campanhas de trânsito em plataformas interacionais, a exemplo do *Facebook*, amplamente conhecido e visitado por milhares de usuários diariamente, o que garante a esse suporte a probabilidade de mais amplo acesso aos apelos de conscientização presentes nas campanhas. Desse modo, o conhecimento e a informação têm sido cada vez mais acessados pelo público-alvo, tornando maiores as chances de os textos serem visualizados, mais de uma vez, inclusive.

No sentido de alertar os condutores para o perigo das ultrapassagens, nessa campanha, percebemos que a instância interlocutiva vale-se, como estratégia argumentativa, do que prevê o CTB, em especial, os artigos 203 e 302, para sustentar o seu dizer e persuadir seu interlocutor.

No intuito de uma melhor contextualização, acrescentamos que o artigo 203 tipifica como infração gravíssima a ultrapassagem de um outro veículo pela contramão feita em faixa contínua ou de pedestres, em locais com marcação longitudinal de fluxos opostos do tipo linha dupla contínua ou simples contínua amarela ou em lugares onde a visibilidade da rodovia seja prejudicada. O condutor flagrado infringindo a lei está sujeito à perda de 7 (sete) pontos na CNH e ao pagamento de multa, que pode ter um valor até 5(cinco) vezes superior ao estipulado pelo CTB em casos de reincidência dentro de um período inferior a 12 (doze) meses da infração anterior.

Ademais, o artigo 302 do CTB qualifica como criminosa a atitude do condutor que demonstre indiferença pela vida, ao provocar acidentes automobilísticos que provoque lesões corporais nas vítimas e que, por consequência, resulte em óbito. Para efeitos da lei, nesses casos, subentende-se que, apesar de não ser essa a intenção do condutor, ele assume o risco de atentar contra a vida de outrem ao contrariar as normas de segurança no trânsito e deve responder judicialmente pelos resultados que sua imprudência e conduta negativa acarretarem.

Partimos dessa contextualização para acrescentar que a instância interlocutiva adota, como estratégia argumentativa, um posicionamento institucional favorável à obediência e ao respeito às leis de trânsito, ao tempo em que também busca mobilizar a consciência do seu interlocutor adotando um tom de julgamento e avaliação moral de suas atitudes, como se percebe no enunciado “veja o que uma ultrapassagem perigosa pode deixar para trás”. A isso se soma a imagem que aponta diretamente para as consequências fatais da imprudência no trânsito, levando o condutor a refletir que a promessa de descanso no feriado prolongado pode facilmente transformar-se em uma tragédia.

Após essa explanação dos elementos de dimensão contextual, de ordem situacional, procedemos à análise da relação entre a metonímia conceptual e a construção argumentativa dessa campanha, tomando por base a categoria estilística e enunciativa ampliada, conforme Pinto (2010).

No tocante às escolhas estilísticas, é possível inferir uma relação metonímica de PARTE PELO TODO, visto que uma “mão” é apresentada como semiose visual para remeter ao referente “criança”. Conforme Abreu (2008), nos casos de ocorrência da metonímia conceptual, uma parte mais saliente é destacada para que, a partir dela, seja enfatizado o todo, ou seja, as projeções por trás dessa pequena porção que se mostra. Nesse sentido, no que se refere às

escolhas enunciativas, a escolha do referente “mão” para retomar “criança” não se dá de modo aleatório ou despretensioso. Isso porque, a depender de a quem se associa, a escolha metonímica das “mãos” representa diferentes repertórios socioculturais e propicia muitas implicações e julgamentos de valor, conforme preconizam Mondada e Dubois (2003) acerca dos significados que se desestabilizam e sofrem flutuações de sentidos mediante alterações do contexto.

No caso dessa campanha, a “mão”, referida e sinalizada por pistas visuais que evidenciam um contexto violento, dá margem a muitas implicações argumentativas, posto que, em face da ingenuidade e incapacidade de defesa de uma criança, o que se espera dos adultos são atitudes que demonstrem proteção, respeito e zelo pela manutenção da vida inocente. O enunciador vale-se desses efeitos e impacta o seu interlocutor pela possibilidade de fazê-lo experienciar o contraditório, representando, pelo brutal impacto, a fragilidade da mão pequenina, ensanguentada e sem vida.

Por meio do componente enunciativa ampliada, podemos acrescentar que, com essa estratégia enunciativa, o enunciador visa atingir o *phatos* do seu interlocutor, ao projetar uma cena chocante marcada pela dor da perda e pelo peso da culpa, caso a vítima, além de ser uma criança, ainda se tratasse de um filho. Verificamos, pois, que o enunciador intenta atingir a emoção do interlocutor, apelando implicitamente para o valor sociocultural da relação entre pais e filhos. Culturalmente, esse laço afetivo é tido como sagrado, e aos pais é atribuída, durante todas as fases da vida, a responsabilidade por educar, proteger, ensinar os primeiros passos e amparar em situações difíceis. Desse modo, embora possa ocorrer, não se espera que eles sejam responsáveis, direta ou indiretamente, por algum mal ou dano que seus filhos venham sofrer. Aliás, o que é mais comum em nossa sociedade é o consenso de que os pais são capazes de dar a vida por seus filhos, e não os responsáveis por sua morte.

Além dessas considerações, outros elementos entram nesse circuito textual, colaborando para a dramaticidade e persuasão da campanha. A boneca, por exemplo, pode ser entendida como um elemento trazido à cena para referir “brincadeira” por meio da metonímia SÍMBOLO PELA COISA OU ENTIDADE SIMBOLIZADA, no entanto esse efeito e tudo que dele emana é sobreposto, em caráter quase imediato, pela tristeza advinda da metáfora orientacional “PARA BAIXO É RUIM”, expressa na posição do sorriso invertido da boneca. Acrescentamos que, mediante a recategorização do referente “criança” como “vítima fatal”, é possível inferir que a alegria, a brincadeira e o entusiasmo do passeio também acabaram ali. O que resta, a partir da ocorrência do sinistro, é um lugar concedido à tristeza em decorrência da cena grotesca de um corpo pequenino e sem vida arremessado brutalmente às margens da rodovia representada visual e metonimicamente pela relação SÍMBOLO PELA COISA OU ENTIDADE

SIMBOLIZADA, representada por meio de uma extensa faixa branca longitudinal que divide a pista do acostamento, de modo a enfatizar, mediante a metonímia de CAUSA PELO EFEITO, que “a imprudência” foi responsável por deixar “uma vida à margem”.

Desse modo, o referente “condutor” é trazido à cena por meio do componente enunciativa ampliada, sendo recategorizado como “monstro”/ assassino, em razão do ocorrido e motivado pelas pistas textuais. Nesse contexto, outra construção merece destaque: a boneca que adquire personificação. Partimos do pressuposto de que o enunciador estabelece com o interlocutor um jogo psicológico que apela para o conhecimento de mundo acerca da simbologia da boneca no universo infantil e, ao inverter a ordem natural das coisas, o enunciador revela uma face argumentativa que impacta, pois, nessa situação específica, é a criança que é “retirada” da boneca. Esta, personificada, manifesta o seu pesar e a sua compaixão diante da cena trágica, transmitindo ao interlocutor esses sentimentos sob a forma do julgamento manifesto no olhar que simboliza tristeza e revolta. Dessa forma, enfatiza-se que, diante daquela cena, um ser inanimado foi capaz de ter sentimentos mais nobres que um humano, pois este, o condutor, a quem inocentemente uma vida foi confiada, traiu essa confiança, ao assumir uma postura imprudente no trânsito, sendo, portanto, responsável por conduzir uma vida inocente ao encontro direto com a morte.

Evidenciamos a metonímia conceptual como um recurso estratégico e intencional intimamente relacionado ao potencial persuasivo da peça publicitária analisada. Além disso, ressaltamos, por meio das categorias de análise, que as metonímias conceptuais expressas em semiose visual, nessa campanha, ativam uma complexa rede inferencial que perpassa a dimensão linguístico-textual e alcança o aspecto contextual, recuperando conceitos e julgamentos de valor atribuídos ao condutor em face dos acidentes de trânsito com vítimas fatais. Essas escolhas enunciativas se revelam como importantes gatilhos para a construção persuasiva dessa campanha de trânsito, pois reforçam implicações às quais a conduta e o caráter do condutor encontram-se submetidos, e esses fatores podem incidir diretamente em uma mudança de atitude ou na adesão a um comportamento que demonstre mais empatia no trânsito.

O próximo exemplar do corpus é uma campanha publicitária compartilhada em 16 de abril de 2013, no Facebook do DETRAN-PI, cujo tema são as atitudes dos motociclistas no trânsito (Figura 5).

Figura 5 – Campanha “A vida é mais frágil sobre duas rodas”



Fonte: <https://www.facebook.com/DetranPI/photos/510035369058488> acesso em 18 de outubro de 2020.

Situando inicialmente os elementos que permeiam a dimensão contextual e nos valendo das subcategorias aplicadas mediante o componente situacional (PINTO, 2010), percebemos que essa campanha tem como propósito comunicativo persuadir seus interlocutores a respeito da vulnerabilidade a que muitos motociclistas e seus respectivos passageiros estão submetidos no trânsito, com uma escolha temática que reforça a importância do uso do capacete como um acessório que salva vidas.

No que diz respeito aos componentes de ordem contextual, pertencentes à categoria situacional, quanto à época de produção e circulação, não encontramos uma motivação específica para o compartilhamento da campanha em rede que mantenha relação direta com a data da postagem. Vale destacar, em face disso, que a temática dessa campanha é de caráter atemporal, ou seja, é sempre necessário falar aos motociclistas sobre a importância do uso do capacete, o que justifica o compartilhamento de postagens com esse tema na plataforma.

No sentido de contextualizar um pouco mais a importância desse acessório, remontamos ao contexto dos anos 1970, em que as motocicletas representavam aos seus usuários a promessa de liberdade e satisfação. Em função disso, a publicidade atuava ancorando a sensação de liberdade e *status* social a belos rostos que, na maioria das vezes, não portavam o equipamento de segurança, o capacete. Embora, nesse cenário, o uso do capacete já constasse no CTB como item de uso obrigatório, as penalidades aplicadas aos infratores eram leves, e a fiscalização, ineficiente, aspectos que colaboravam, mediante a ausência de estímulos, para um número reduzido de condutores e passageiros fazer uso desse equipamento de segurança.

Atualmente, permeadas por um contexto urbanizado, as motocicletas têm, cada vez mais, ganhado as ruas, porém assumindo outros significados/funções, desde ferramentas de trabalho a alternativas de transporte público, uma vez que elas têm maior facilidade de locomoção no trânsito caótico dos grandes centros e menor consumo de combustível em relação a outros tipos de veículos. Esses fatores têm sido, em grande parte, responsáveis por condicionar o motociclista e eventuais passageiros a situações constantes de vulnerabilidade e exposição a graves acidentes de trânsito.

Ao se levar em conta o elevado número de acidentes envolvendo motociclistas e o fato de que, em sua maioria, eles apresentam desfecho trágico, conscientizar o maior número possível de condutores aponta para uma intervenção no sentido de mitigar essas graves estatísticas. Diante disso, percebemos que o potencial persuasivo presente nas campanhas de trânsito representa uma possibilidade de influenciar os condutores a adotarem mudanças de comportamento, aderindo ao que é preconizado pelo CTB, mediante o apelo persuasivo à conscientização.

A instância interlocutiva que se manifesta nessa campanha se vale do argumento de autoridade que lhe confere o CTB e a nota resolutiva do Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN), responsáveis por disciplinar e regulamentar o uso de capacete para condutor e passageiro de motocicletas, motonetas, ciclomotores, triciclos e quadriciclos motorizados⁶. Por meio dessa resolução, tornou-se obrigatório, para circulação em vias públicas, o uso de capacete afixado à cabeça pelo conjunto formado pela cinta jugular e engate por debaixo do maxilar inferior. Acrescenta-se que o condutor desobediente ao que estabelece essa lei poderá ser multado por cometimento de infração gravíssima e penalizado com redução de 7 pontos na CNH, correndo o risco de ter suspensa a permissão para dirigir.

Nesses termos, a instância interlocutiva, valendo-se de seu papel institucional e apoiada em argumentos que lhe conferem autoridade, intenta persuadir seu interlocutor enfatizando o tema “Um capacete quebrado é fácil substituir. Um crânio quebrado, impossível”. Desse modo, o locutor se vale da condição de exposição e vulnerabilidade à qual os corpos do condutor e eventuais passageiros estão submetidos, em caso de acidentes de trânsito, para mobilizar estratégias argumentativas que visem ao convencimento acerca da importância do uso do capacete como um acessório de segurança.

⁶ Cf. Resolução CONTRAN 453, de 26 de setembro de 2013, que disciplina o uso de capacete para condutor e passageiro de motocicletas, motonetas, ciclomotores, triciclos motorizados e quadriciclos motorizados. Disponível em: <https://www.detran.pr.gov.br/arquivos/File/legislacao/Resolucoes/Resolucao4532013.pdf>

É perceptível que o locutor adota um posicionamento que reforça a necessidade de obediência à lei e busca persuadir seu interlocutor usando, como estratégia argumentativa, uma comprovação perante o *slogan* “A vida é mais frágil sobre duas rodas”, combinada à representação visual de um sobrevivente, de modo a reforçar o argumento de que, no trânsito, nem sempre é dada ao condutor uma segunda chance e que o capacete pode impedir um desfecho trágico.

Passando às considerações que remetem aos componentes dispostos na dimensão linguístico-textual, sob o enfoque dos componentes estilística e enunciativa ampliada, procedemos à análise da textura microlinguística, analisando as metonímias e sua relação com a construção persuasiva dessa campanha de trânsito.

Nessa peça publicitária, é possível inferir o referente “motociclista” mediante a metonímia PARTE PELO TODO, através da qual o componente estilístico verbal “duas rodas” pode ser tomado para referir àquele responsável por pilotar uma motocicleta. Essa escolha enunciativa tem implicações argumentativas, pois é possível projetar, por meio desse referente, uma gama de implicações e julgamentos de valor a ele associados, no trânsito.

É também possível inferir que o componente estilístico “crânio”, representado tanto por semiose verbal quanto visual, pode ser tomado, no caso dessa campanha de trânsito, pela “vulnerabilidade” a qual os condutores e passageiros estão expostos em face de uma colisão. Assim, por meio de uma ancoragem metonímica de PARTE PELO TODO, essa escolha enunciativa revela o perigo a que os motociclistas estão submetidos em caso de acidentes no trânsito, pois muitos óbitos decorrem de traumatismo craniano ou morte encefálica, aspectos que evidenciam o perigo da exposição dessa parte do corpo a choques violentos.

Somada a isso, a apresentação, mediante semioses verbal e visual, do componente estilístico “capacete” permite, por meio da ancoragem PARTE PELO TODO, que o aspecto mais saliente desse equipamento seja trazido à tona. Assim, em contraste com a “vulnerabilidade” já evidenciada pelo componente “crânio”, o aspecto de “proteção” advindo do “capacete” se sobrepõe nessa cena, possibilitando a percepção de que atrelados ao capacete estão os aspectos de proteção e resistência, fatores responsáveis por salvar muitas vidas no trânsito.

A partir dessa rede inferencial motivada por escolhas metonímicas combinadas a outras pistas textuais visuais, a exemplo das ranhuras na viseira do capacete, das lesões no rosto do personagem e da bandagem, constatamos que é possível pensar a recategorização desse referente/ personagem “motociclista” como “sobrevivente”, embora estejamos diante das evidências que apontam para a ocorrência de um sinistro.

Percebemos, mediante o exposto, que durante o contrato ou evento comunicativo, os sentidos vão sendo construídos à medida que aquilo que é dito/escrito pode ser aceito, resgatado, inferido. Essa aceitação depende, conforme Cavalcante e Custódio Filho (2010), das versões de mundo construídas pelos interactantes, do conhecimento histórico sociocultural que partilham e das associações ou processamentos mentais envolvidos.

Sob esse enfoque, acrescentamos que os postulados de Lakoff e Johnson (2002) acerca dos modelos cognitivos idealizados nos permitem compreender a mente humana como um sistema que opera através de mapeamentos e projeções os quais correlacionam e acessam estruturas conceituais por nós já conhecidas e que os modelos metonímicos aqui descritos evidenciam tanto essa organização do conhecimento quanto a capacidade inferencial de resgate dessas estruturas.

Partindo dessas considerações e tomando por base o componente enunciativa ampliada, observamos que o enunciador intenta persuadir seu interlocutor por meio da apresentação de provas que visam, como estratégia argumentativa, mobilizar sua emoção e, mediante as evidências postas, mostrar que não há dúvidas de que o capacete é um item de segurança obrigatório e indispensável não só para as leis de trânsito, mas também para as leis da vida, pois a linha tênue entre a vida e a morte é definida por escolhas conscientes do condutor, a quem nem sempre é dada, como nessa campanha, uma segunda chance.

Em face da análise, atestamos que as metonímias conceptuais representam escolhas intencionais do enunciador, aspecto que reforça a hipótese de que os processos metonímicos são responsáveis por ativar importantes redes inferenciais de conhecimentos socioculturalmente compartilhados e que essas escolhas não ocorrem de modo aleatório, passando, em virtude disso, a se constituírem como importantes estratégias argumentativas a serviço da persuasão em campanhas publicitárias de trânsito.

Dito isso, passemos à análise da próxima campanha (Figura 6). O compartilhamento dessa peça publicitária foi feito em 24 de março de 2014, no *Facebook* do DETRAN-PI.

Figura 6 – Campanha “Não deixe o trânsito mudar sua história. Seja você a mudança no trânsito”



Fonte:<https://www.facebook.com/DetranPI/photos/a.396744050387621/673328569395833> acesso em 18 de outubro de 2020.

Tomando por base o componente situacional e as subcategorias por ele fornecidas, verificamos que essa campanha tem o propósito comunicativo de persuadir os interlocutores acerca da importância de ações conscientes no trânsito, explorando uma temática relativa às graves consequências que o condutor pode sofrer ao assumir condutas imprudentes no trânsito.

No que diz respeito à plataforma de divulgação da campanha e sua época de circulação, não encontramos vinculação direta entre a data da postagem e o tema gerador. No caso dessa campanha, observa-se que essa temática pode ser enfatizada ao longo do ano, posto que o consumo de bebidas alcoólicas, excesso de velocidade, ultrapassagens perigosas, dentre tantas outras infrações, constituem perigosos hábitos do condutor brasileiro, os quais não se limitam a datas específicas, embora, em muitas dessas datas, as ocorrências de sinistros se exacerbem.

Com base no exposto, verificamos que os órgãos fiscalizadores têm se valido das plataformas interacionais para divulgar campanhas sobre as mais variadas temáticas que envolvem os riscos no trânsito, na busca de garantir a conscientização e a adesão do seu público-alvo. Nesse sentido, verificamos que, nessa campanha, ocorre uma mobilização por parte das instâncias interlocutivas DENATRAN, Ministério das cidades e Governo Federal, as quais tomam por base o argumento de autoridade conferido pela Lei Seca e, apoiando-se em seu papel institucional, se dirigem ao seu interlocutor no intuito de conscientizá-lo sobre as graves sequelas que dirigir alcoolizado pode deixar em suas vidas.

Na campanha, mediante o *slogan* “Não deixe o trânsito mudar sua história. Seja você a mudança no trânsito”, percebemos, por meio da combinação visual, a soma e sobreposição de

elementos que remetem a diferentes e contrastantes contextos. Acrescentamos que essas escolhas se apresentam como importantes estratégias argumentativas por meio das quais as instâncias interlocutivas buscam persuadir o interlocutor evidenciando o perigo de mutilação ou perda sensível de movimentos do corpo como consequências diretas a quem insiste em burlar as leis de trânsito.

Nessa análise, destacamos a importância da concepção de texto pautada em um viés sociocognitivo, pois, conforme Koch (1997) e Cavalcante (2012), essa perspectiva amplia o escopo de análise, ao incluir a investigação dos demais aspectos do processo interacional. Desse modo, um texto pode dizer muito ou pouco, configurar-se com mais clareza ou mais impudicitude, a depender das intenções do falante, o qual pode organizar melhor as escolhas de seu projeto de dizer e mobilizar e combinar diferentes elementos semióticos, estabelecendo com seu interlocutor uma relação cambiável de sentidos, em um *continuum* no qual os sentidos são coconstruídos.

Com base no exposto, acrescentamos que as estratégias argumentativas multimodais utilizadas pelo locutor e reforçadas pelo campo da publicidade, nas mensagens veiculadas pelas campanhas de conscientização, tendem a convencer por meio do forte apelo persuasivo e mediante a apresentação de provas que atuam sobre o interlocutor de modo a induzi-lo à reflexão e à ponderação acerca das implicações que determinadas atitudes suas produzem.

Com base no supracitado e reconhecendo, de acordo com Pinto (2010), a importância do componente estilístico e enunciativa ampliada para a compreensão da tessitura argumentativa interna dessa campanha, analisamos os componentes da dimensão microlinguística no sentido de evidenciar a relação que os componentes metonímicos estabelecem com a persuasão.

Nessa campanha, é possível inferir o referente “condutor” a partir da ancoragem metonímica de parte PELO TODO, por meio da qual o componente estilístico visual “mão” pode ser tomado para referir àquele que conduz um veículo. Nesse exemplar observamos uma particularidade, pois, mediante a rapidez da fusão imagética, o componente estilístico e visual “mão” passa a referir ao mesmo tempo o referente “motociclista” e o “usuário de cadeira de rodas”.

Nesse sentido, inferimos que, a velocidade se mostra como um importante componente na composição da mensagem persuasiva dessa campanha e a partir dessa observação, inferimos que o componente estilístico “velocidade” foi trazido, à composição dessa cena, por meio de uma relação metonímica de CAUSA PELO EFEITO para evidenciar que, no trânsito, o excesso

de velocidade pode facilmente transformar um “motociclista” em um “cadeirante/usuário de cadeira de rodas”.

Acrescentamos, por meio do componente enunciativa ampliada, que o enunciador intenta persuadir seu interlocutor, usando, como estratégia argumentativa, a apresentação de um exemplo trágico através do qual o “condutor” é rapidamente recategorizado como “cadeirante/ usuário de cadeira de rodas”. Nesse contexto, as opções estilísticas por “motocicleta” e “cadeira de rodas” aferidas por meio da ancoragem metonímica de PARTE PELO TODO, evidenciam faces paradoxais e complexas a serviço da argumentação, pois, de um lado, o interlocutor experiencia a velocidade e a liberdade proporcionadas pelo prazer de pilotar e, de outro, a prisão e a dificuldade de locomoção e as restrições impostas ao usuário de cadeira de rodas. Essas escolhas enunciativas atuam no sentido de reforçar a persuasão por mobilizarem o *phatos* do interlocutor evidenciando que o fator que separa as duas fronteiras acima explicitadas é a atitude responsável no trânsito.

Conforme demonstra a análise dessa campanha, as escolhas metonímicas mapeadas por meio de diferentes semioses dão uma contribuição significativa para a construção argumentativa das campanhas publicitárias de trânsito. Nesse sentido buscamos demonstrar, conforme Cavalcante e Custódio Filho (2010), a importância de se considerarem os processos mediados também pela imagem, assumindo uma proposta de análise que considera os diferentes modos semióticos com os quais os sentidos são construídos.

Mediante os componentes selecionados como categorias de análise, constatamos a atuação das metonímias como importantes mecanismos inferenciais que engatilham a construção argumentativa nessa campanha. Reiteramos que as escolhas metonímicas não se efetivam de modo aleatório, mas representam escolhas intencionais, posto que a elas são atribuídas funções argumentativas que potencializam, mediante uma teia de conceitos que se expandem aos conhecimentos socioculturais, tanto a credibilidade em relação à aceitação das provas quanto a adesão do interlocutor ao apelo persuasivo presente na campanha.

A seguir, procedemos à análise da peça publicitária que evidencia a perigosa combinação de álcool e direção (Figura 7), compartilhada em 5 de fevereiro de 2013, no *Facebook* do DETRAN-PI.

Figura 7 – Campanha “Bebida e direção. Deixe essa mistura fora da folia”



Fonte: <https://www.facebook.com/detranpiaui/photos/a.396744050387621/479368895458469> acesso em 18 de outubro de 2020.

Quanto à dimensão contextual, usando como categoria de análise o componente situacional, percebe-se que essa campanha publicitária tem como propósito comunicativo persuadir seus interlocutores acerca da importância de atitudes conscientes no trânsito, mediante a exploração de uma temática que envolve a perigosa e por vezes fatal combinação entre álcool e direção em contextos de festas de carnaval.

No que concerne à época de circulação, a postagem ocorre com breve antecedência ao período reservado às festas carnavalescas, ocasião em que o consumo de bebidas alcoólicas aumenta significativamente, e, por isso, as instâncias governamentais se mobilizam no sentido de conscientizar os condutores do perigo de práticas infracionais e criminosas.

Para fins de maior contextualização, reforçamos que essa festividade, conhecida em todo o mundo, não é originária do território brasileiro, mas adentrou o país junto às primeiras caravelas, ainda no período colonial. Com uma origem que remonta à época medieval, o carnaval é uma manifestação cultural que mantém uma relação intrínseca com o cristianismo, motivo pelo qual sua continuidade e permanência foram garantidas na tradição brasileira. As primeiras manifestações em solo brasileiro se deram sob a alcunha de “entrudo”, celebração que se caracterizava por um modo violento e desrespeitoso de comemorar a chegada de determinada data. Marcada por um cenário de atrocidades e atitudes repudiáveis, como arremessar, nos participantes ou em pessoas desavisadas, frutas, ovos podres, restos de comida, cal, goma e polvilho, além de baldes de água suja, essa comemoração não tardou a ser

criminalizada pela alta corte e pela sociedade burguesa, que, ao tempo que proibiam as festividades nas ruas, desfrutavam dos espaços elitizados, como clubes e teatros, para promoverem seus bailes à fantasia ao som de música erudita. Como a população mais pobre e também os escravos não desistiram da prática do entrudo, eles encontraram, na subversão aos moldes cristãos, uma forma de manter essa comemoração, sendo que, por volta dos anos de 1910, o carnaval voltou a ganhar as ruas, se popularizando e juntando distintas classes sociais ao som de tambores, marchinhas, confetes, máscaras, fantasias e afins.

Atualmente, seguindo essa última configuração, os foliões vivenciam o carnaval imersos em um contexto de muita alegria e permissividade, com brincadeiras regadas a bebidas alcoólicas e, em alguns casos, até mesmo a drogas ilícitas e entorpecentes. Nesse cenário de transgressão e subversão, torna-se potencialmente perigoso assumir, no trânsito, postura descompromissada compatível com a do brincante de carnaval, pois, ao conduzir um veículo nessas condições, o condutor submete não só a sua vida, mas a de muitas outras pessoas, ao risco de morte.

No que concerne à divulgação dessa campanha, percebemos, por parte dos órgãos fiscalizadores, uma postura que reflete engajamento social no sentido de levar a um público-alvo cada vez maior, mediante o suporte das plataformas interacionais, o apelo à conscientização e à adoção de atitudes responsáveis no trânsito. A temática dessa campanha, quando veiculada em suportes midiáticos, tende a alcançar em maior quantidade o público para quem é destinada, ganhando significativa importância em períodos de festas, principalmente, porque, conforme evidenciam as pesquisas realizadas por diferentes órgãos fiscalizadores, nesses contextos se observa um aumento exponencial nas estatísticas de acidentes de trânsito com vítimas fatais motivados pelo consumo de álcool.

Nesse sentido, nessa campanha, a instância interlocutiva adota um posicionamento favorável ao caráter disciplinar da Lei Seca, valendo-se disso como estratégia argumentativa, além de apoiar-se em seu papel institucional para se dirigir ao seu interlocutor com a apresentação do tema “No carnaval só não vale brincar com a vida”. O intuito é persuadi-lo sobre os riscos de associar a liberdade e a folia carnavalesca com a atitude de misturar álcool e direção no trânsito. Nesse sentido, o locutor busca convencer seu interlocutor por meio do *slogan* “Bebida e direção. Deixe essa mistura fora dessa folia” combinado à apresentação visual de um veículo capotado, de modo a evidenciar, por meio da apresentação de provas, que a referida mistura no trânsito pode ser fatal, reforçando assim a gravidade que representa a perda da vida mediante conduta infracional e criminosa.

Retomando, de forma breve, os aspectos proibitivos da Lei Seca, já explanados, reiteramos que essa lei foi responsável por reduzir a zero a tolerância de mg/l de álcool no organismo dos condutores, e seu caráter punitivo se estendeu também à fiscalização ao longo das rodovias federais, no sentido de coibir a venda de bebidas alcoólicas durante eventuais paradas dos motoristas para descanso, alimentação ou abastecimento do veículo.

Em seguida, analisamos a tessitura microlinguística dessa campanha e, subsidiados pelas categorias estilística e enunciativa ampliada (Pinto, 2010), discorremos sobre a construção argumentativa e a relação que as metonímias conceptuais estabelecem com o potencial persuasivo dessa campanha.

Nessa peça publicitária, é possível inferir o referente “condutor”/ “folião recategorizado como “vítima fatal” mediante a apresentação de acessórios carnavalescos, um veículo capotado e a apresentação estilística e visual do componente “sangue”. Esse componente tomado por meio da relação metonímica de CONCRETO PELO ABSTRATO pode representar uma importante escolha enunciativa por simbolizar mais uma “vida” ceifada no trânsito e, no que concerne a isso, surgem algumas outras implicações argumentativas, visto que o veículo se encontra capotado, o que sinaliza para pistas que nos permitem inferir sobre possíveis condutas imprudentes adotadas pelo condutor.

Partindo dessa implicação, acrescentamos que, por meio da ancoragem metonímica de CAUSA PELO EFEITO, é possível inferir que o componente estilístico verbal “álcool” foi tomado nessa campanha para referir seu efeito no trânsito, ou seja, esse componente pode ser pensado pelo efeito provocado, ou seja “o capotamento do veículo” que pode ser um motivo provável pela recategorização do referente “condutor”/ “folião” em “vítima fatal” conforme já fora mencionado. Assumir essa escolha enunciativa permite, como estratégia argumentativa, que o referente estilístico verbal “álcool” possa ser pensado a partir dos efeitos que provoca no organismo consumidor, desde alterações motoras que interferem no desempenho do condutor, até alterações de ordem cognitiva, iniciando pela inibição do córtex frontal, que afeta diretamente a capacidade de julgar e avaliar situações, seguindo com a perda sensível do controle da direção devido a estados que oscilam entre lentidão nos reflexos, turbidez da visão, sensação de euforia ou de sono.

Ainda no que se refere à tessitura do mosaico argumentativo dessa campanha, a escolha estilística e visual “máscara” pode sugerir, por meio da relação SÍMBOLO POR SUA REPRESENTAÇÃO, que a “alegria” e todo o contexto de fantasia e diversão oriundos das festividades carnavalescas foram deixados para trás, restando dali em diante a triste realidade

estatística de mais uma morte no trânsito por conta da fatal, criminosa e imprudente combinação entre álcool e direção.

Por meio do componente enunciativa ampliada, acrescentamos que a recategorização do referente “condutor”/ “folião” como “vítima fatal” representa uma escolha enunciativa que revela uma importante estratégia argumentativa que visa atingir o *phatos* do interlocutor mediante a comprovação de que o condutor abdicou da vida, da alegria e da fantasia do carnaval para, assumindo uma direção perigosa, ir ao encontro direto com a morte. Além disso, ao projetar, mesmo que de forma implícita, a imagem do condutor em uma cena trágica, o enunciador busca evidenciar o perigo a que a vida está submetida quando o condutor leva para o trânsito as atitudes inconsequentes, as brincadeiras e do espírito de permissividade do contexto de carnaval. Por meio desse apelo à emoção do interlocutor, o enunciador reforça sua argumentação em torno do fato de que a vida no trânsito deve ser pensada de forma séria, pois, a depender das escolhas feitas, surgem consequências que se estenderão para além do carnaval.

Guiados pelos componentes selecionados como categorias de análise, constatamos que as metonímias expressas por meio de diferentes semioses atuam na construção argumentativa dessa campanha como um importante mecanismo conceptual e inferencial, conforme Abreu (2004), Lakoff (1987) e Panther e Thornburg (1999). Reiteramos que essas escolhas não são desprovidas de intenções, incluindo aspectos tanto da dimensão contextual quanto da microlinguística, o que potencializa a expansão de uma rede inferencial que se apoia em conhecimentos socioculturais imprescindíveis para a construção da complexa face persuasiva dessa campanha.

A seguir, procedemos à análise da próxima campanha (Figura 8), compartilhada em 13 de fevereiro de 2015, no *Facebook* do DETRAN-PI.

Figura 8 – Campanha “Se beber, vá de táxi ou de carona! Folião alegre, folião consciente”



Fonte: <https://www.facebook.com/detranpiaui/photos/851124964949525> acesso em 18 de outubro de 2020.

Tomando por base o componente situacional e suas subcategorias (PINTO, 2010), percebemos que o propósito comunicativo dessa campanha é persuadir seus interlocutores sobre a necessidade da adoção de comportamentos que respeitem a vida, mediante uma escolha temática que relaciona os riscos da combinação entre álcool e direção em contextos de festas de carnaval.

Vale destacar que, em relação à época de circulação, a publicação dessa campanha nas redes sociais ocorreu com a proximidade de um dos feriados nacionais mais aguardados, em que o consumo de bebidas alcoólicas geralmente está presente, como já mencionado. As festividades desse período se configuraram como eventos sociais e populares marcados pelo espírito de liberdade, diversão e entrega a prazeres de toda ordem. Ademais, em sua origem esse período mantém uma relação histórica com um contexto de inversão de papéis, subversão de valores e críticas ao comportamento social e às classes políticas, o que não se observa com a mesma naturalidade em outras situações ao longo do ano.

No contexto brasileiro, reiteramos que as festas pagãs adquiriram novas significações, principalmente, em face da ascensão do cristianismo, responsável por remodelar a grotesca prática do entrudo, festa comemorativa introduzida ainda no período colonial. A partir de então,

esse período festivo que antecede a quaresma passou culturalmente a simbolizar um período reservado à despedida dos consumos e dos “vícios da carne”.

Em meio a esse cenário festivo, é comum que muitos foliões saiam às ruas e “mergulhem” na atmosfera carnavalesca, desfrutando, ao longo dos dias e noites, do consumo de bebidas alcoólicas e drogas ilícitas, dançando ao som dos mais variados ritmos e praticando, de forma descontraída, muitas ações que põem em risco a vida de outras pessoas, aproveitando-se da liberdade e permissividade que a esse período se associa.

Diante desse contexto, percebemos que a instância interlocutiva se vale de seu papel institucional como estratégia argumentativa e, apoiando-se do argumento de autoridade que lhe confere o CTB, busca persuadir seu interlocutor por meio da advertência imperativa expressa no enunciado “Não seja bobo, bebida e direção acabam a diversão”. Evidencia-se que, por meio dessa menção direta ao interlocutor, o locutor apela para sua conscientização e o alerta sobre os riscos de assumir, no trânsito, comportamentos inconsequentes e ridículos, análogos aos de um personagem muito conhecido por características nada significativas, o “bobo da corte”. Além disso, o tom de aconselhamento no slogan “Se beber, vá de taxi ou de carona! Cidadão alegre é cidadão consciente” demonstra, por meio da apresentação de provas, que existem alternativas seguras para garantir um ir e vir nas festas de carnaval com mais tranquilidade e respeito à vida.

Retomando os efeitos da referida lei, que garantem o argumento de autoridade à instância interlocutiva, pontuamos que, desde sua implantação, em 2008, a Lei Seca tem se mostrado como uma forte e poderosa aliada no combate à prática infracional e criminosa adotada por muitos condutores no Brasil, e seu aspecto rigoroso e punitivo tem demonstrado significativa contribuição na redução das estatísticas que contabilizam o número de mortes no trânsito em decorrência da combinação entre álcool e direção.

Contemplados os aspectos da dimensão contextual, apoiados pelas subcategorias de análise fornecidas pelo componente situacional, nos debruçamos a seguir sobre os elementos da dimensão linguístico-textual e, sob o enfoque do componente estilístico e enunciativa ampliada, procedemos à análise da textura microlinguística dessa campanha no intuito de confirmar a presença de metonímias mapeadas em mais de uma semiose e analisar qual a relação que elas estabelecem com a construção persuasiva dessa campanha.

Nesse exemplar, é possível inferir o referente “condutor” por meio da ancoragem metonímica de PARTE PELO TODO, através da qual o componente estilístico visual “carro” pode ser tomado para referir àquele que é responsável por seu comando. Essa escolha enunciativa se revela como uma importante estratégia argumentativa, pois traz implicações e

julgamentos de valor aos quais o condutor é submetido em face das decisões que toma no trânsito.

Partindo de uma tomada metonímica de CONTINENTE PELO CONTEÚDO, podemos inferir que o componente estilístico visual “garrafa” é tomado para referir a “álcool/ bebida alcoólica”. Essa escolha enunciativa não é desprovida de intencionalidade, pois o componente alcoólico presente na garrafa é que afeta o condutor, comprometendo seu desempenho no trânsito, em decorrência de alterações sensoriais, cognitivas e motoras.

Frente a isso, colaboram para a construção do efeito persuasivo dessa campanha a apresentação de uma placa de trânsito subvertida em seu formato original, a qual, mediante uma faixa transversal na cor vermelha, tomada pela relação SÍMBOLO PELA SUA REPRESENTAÇÃO, evidencia que ao referente “condutor” é expressamente proibido o consumo de bebidas alcoólicas, mesmo que este esteja circunscrito em um contexto aprazível que homologa um espírito de subversão e transgressão de valores, em que fantasias e brincadeiras são liberadas e não costumam trazer consequências graves aos brincantes.

Outra escolha enunciativa que contribui para a composição argumentativa nessa campanha é inferida a partir do componente estilístico visual “chapéu”, que, por meio de uma retomada intertextual, remete ao personagem “bobó da corte”, cujas projeções trazem à lembrança traços que marcam sua personalidade grotesca, caricata, cômica deplorável e, por vezes, ridícula de um bufão ou palhaço sem noção.

Partindo disso, é possível pensar a recategorização do referente “condutor alcoolizado” como um “palhaço”/ “sem noção”, aspecto que revela uma importante estratégia argumentativa com a qual se busca evidenciar que o condutor, ao adotar condutas proibidas no trânsito, se comporta analogamente a um palhaço ridículo e grotesco que não leva nada a sério e que, portanto, não inspira confiança, posto que a figura do bobó também está associada a uma atitude (negativa) de brincar com a vida e infringir regras, sem ponderar as consequências severas decorrentes.

Esse aspecto do “bobó da corte” configura uma estratégia argumentativa com outra ancoragem cognitiva: os ambientes palacianos, onde a personagem se dirigia ao rei e dizia-lhe coisas absurdas, jamais pensadas por outrem, por meio de construções humorísticas de cunho satírico. Desse modo, o bobó não demonstrava nenhuma preocupação com o que o rei lhe daria como destino ou castigo, pois sua intenção era divertir e agradar a plateia, mesmo correndo risco de morte ou condenação.

Por meio do componente enunciativa ampliada, percebemos que o enunciador busca estabelecer, como estratégia argumentativa, um jogo psicológico com seu interlocutor no intuito

de persuadi-lo a não se deixar influenciar pelos sentimentos de autodesprezo e falta de amor que caracterizam o bobo. Assim, inferimos que a campanha apela para a capacidade de o condutor controlar seus instintos e seu ego, de modo a não permitir o despertar do “bobo da corte” interior que pode existir no mais profundo de cada um.

Nessa análise, destacamos a importância das escolhas enunciativas marcadas por metonímias conceptuais as quais demonstram uma relação intrínseca com a construção argumentativa da campanha. Tomando por base as categorias de análises, verificamos que as metonímias atuam como um importante mecanismo conceptual e inferencial responsável por engatilhar a argumentação e potencializar a face persuasiva dessa campanha.

Corroborando Lakoff (1987) e Abreu (2004, 2008), atestamos que as metonímias conceptuais funcionam como um recurso inferencial dotado de informações a serem resgatadas por meio de operações cognitivas (projeções), ficando a cargo do interlocutor recuperar, em meio a essas construções, os juízos de valor atribuídos socialmente a determinados referentes mencionados/resgatados na campanha.

Ressaltamos, que, em nossa análise não desconsideramos outros fenômenos ou pistas textuais que concorreram para a construção persuasiva observada, no entanto não nos detivemos em uma análise mais aprofundada sobre eles.

Segue a análise de outra campanha (Figura 9), compartilhada em 26 de janeiro de 2015, no *Facebook* do DETRAN-PI.

Figura 9 – Campanha “Um pouco de velocidade a mais pode mudar muito o seu destino”



Fonte: <https://www.facebook.com/DetranPI/photos/841135949281760> acesso em 18 de outubro de 2020.

Tomando por base as categorias propostas por Pinto (2010) para análise dos gêneros persuasivos, observamos que, em sua dimensão contextual, mediante o componente situacional, essa campanha apresenta como propósito comunicativo persuadir seus interlocutores acerca da importância do respeito às regras de trânsito e da obediência aos limites de velocidade, com uma escolha temática que relaciona o excesso de velocidade ao perigo de morte no trânsito.

Em relação à época de circulação e período em que foi postada, não foi possível evidenciar nenhuma relação direta entre a data de publicação e algum feriado ou data comemorativa, fato que muitas vezes motiva a publicação de campanhas de trânsito com antecedência na plataforma. Nesse sentido, o que percebemos, em relação ao contexto de produção, é a constante necessidade de se enfatizarem os perigos que o excesso de velocidade representa para a vida, visto que essa prática se manifesta na rotina dos brasileiros, camouflada por meio das mais variadas tentativas de burlar a lei, desde justificativas que remetem à pressa, urgência, *stress*, a outras injustificáveis desculpas mencionadas pelos infratores.

Quanto ao suporte da campanha, observamos que, cada vez mais, os órgãos fiscalizadores têm se utilizado dos recursos midiáticos e dos ambientes interacionais para a divulgação das campanhas que visam à adesão do condutor a condutas respeitosas, alinhadas com o que prevê o CTB. Nessa empreitada, a multimodalidade tem se mostrado cada vez mais eficaz na construção da paisagem argumentativa desse gênero persuasivo, motivo que justifica a escolha desse *corpus* para as análises nesse estudo.

Além disso, as peças publicitárias de trânsito têm se mostrado importantes aliadas no processo de construção de uma consciência coletiva por demonstrarem, por meio das mais variadas temáticas, que a velocidade excessiva interfere no tempo de reação do condutor e na frenagem do veículo, condições muitas vezes determinantes para a vida ou para a morte em caso de colisões ou atropelamentos. Conforme demonstram pesquisas sobre esse tema, a exemplo da Organização Mundial da Saúde (OMS), o excesso de velocidade continua sendo uma das principais causas de acidentes com vítimas fatais nas rodovias em todo o mundo. Em termos percentuais, a OMS alerta para os riscos que envolvem o excesso de velocidade e as chances de morte. Um pedestre adulto, por exemplo, se atingido por um carro a menos de 50 km/h, tem 20% de chances de morrer, ao passo que esse risco sobe para 60% caso o pedestre seja atingido por um veículo que se desloca a uma velocidade de 80 Km/h.⁷

⁷ Cf. ORGANIZAÇÃO Mundial da Saúde (OMS) divulga relatório sobre mortes no trânsito e sugere redução de velocidade em áreas urbanas. Disponível em: <https://g1.globo.com/carros/noticia/2018/12/07/oms-divulga-relatorio-sobre-mortes-no-transito-e-sugere-reducao-de-velocidade-em-areas-urbanas.ghtml>

Assim, evidenciamos que a instância interlocutiva se vale, como estratégia argumentativa, do argumento de autoridade que lhe confere o CTB, cujo artigo 218 determina os limites de velocidade estipulados para cada situação específica: máximo de 80 km/h nas vias de trânsito rápido; 60 km/h nas vias arteriais; 40 km/h nas vias coletoras e 30 km/h nas vias locais. Vale ressaltar que, a depender da velocidade excedida, o valor das multas aplicadas aos condutores infratores pode sofrer variação nos valores, que variam, no ano de 2020, de R\$130,16 a R\$880,41. Ainda, a depender da gravidade das consequências, a CNH pode ser recolhida, e o condutor ter suspenso seu direito à direção.

A instância interlocutiva, partindo do argumento de autoridade conferido pelo CTB e valendo-se do seu papel institucional, se dirige ao seu interlocutor no intento de persuadi-lo sobre a importância de obedecer aos limites de velocidade permitidos. Por meio da escolha temática “Um pouco de velocidade a mais pode mudar muito o seu destino”, o locutor usa, como estratégia argumentativa, a constatação de que o excesso de velocidade pode alterar a paisagem, que se mostra nítida aos olhos do interlocutor. Além disso, sugere, mediante a apresentação de um símbolo que remete a perigo de morte, a possibilidade de o condutor perder o controle sobre seu próprio destino, conclamando-o a refletir sobre a gravidade implicada no ato de transgredir a lei.

Quanto à textura microlinguística dessa campanha, nos apoiamos nos componentes da dimensão linguístico-textual, mais precisamente nos componentes estilística e enunciativa ampliada, no intuito de analisar as relações estabelecidas entre as metonímias conceptuais, mapeadas em mais de uma semiose, e a construção argumentativa dessa peça publicitária de trânsito.

Nesse sentido, é possível inferir que, mediante a relação de PARTE PELO TODO, a escolha estilística e visual de um “velocímetro” foi usada para referir ao “condutor”, por meio de pistas textuais que apontam para o fato de que o veículo se mantém em movimento, conforme indica a sinalização no marcador de velocidade, o que implica pensar que há alguém responsável por seu funcionamento e condução. Essa escolha enunciativa se revela, pois, como uma estratégia argumentativa por trazer implicações e julgamentos de valor a respeito do comportamento que o condutor adota ao volante.

Mediante a apresentação dos elementos que compõem o painel desse veículo, é possível inferir, por meio da ancoragem SÍMBOLO POR SUA REPRESENTAÇÃO, que o componente estilístico visual “caveira” foi tomado para referir a “perigo”, pois esse símbolo (caveira/ crânio sobre ossos cruzados), encontra-se comumente associado à morte ou a coisas perigosas e nocivas que põem a vida em perigo. Devido a isso, essa escolha enunciativa revela um

importante gatilho para a construção argumentativa, em virtude de esse símbolo estar posicionado dentro do velocímetro e indicar que, ao exceder o limite de velocidade permitido para a via, o condutor assume os riscos de matar ou morrer.

A constatação de que o limite de velocidade aferido pelo velocímetro se encontra em consonância com o que indica uma placa de trânsito posicionada à frente do veículo permite que o referente “condutor” seja recategorizado como “prudente”, posto que sua decisão de se manter na velocidade estipulada pela placa revela obediência ao que preconiza o CTB.

Acrescentamos, tendo em conta o componente enunciativa ampliada, que o enunciador usa como estratégia argumentativa para persuadir um reforço positivo que enfatiza o caráter do condutor, enfatizando que, embora ele se mantenha na velocidade permitida para a via, está prestes a ultrapassar esse limite. Assim, em caso de transgressão ou desobediência ao que preveem as leis, estará submetido tanto à sanção moral quanto à jurídica, pois quem sabe dos riscos que corre e, ainda assim, dirige com excesso de velocidade põe em risco a própria vida e de outros, demonstrando desprezo pela vida e disposição para se deparar com consequências imprevisíveis.

De acordo com os componentes selecionados como categorias de análise, constatamos que as metonímias conceptuais mapeadas nessa campanha mediante semiose visual contribuem significativamente para a construção persuasiva desse exemplar. Além disso, ressaltamos a importância da interface aqui empreendida, em consonância com Lima (2003, 2009), visto que privilegia uma análise minuciosa dos aspectos que subjazem à construção dos referentes e os situa nos planos textual, discursivo e cognitivo como uma atividade de plena e constante negociação de sentidos entre os interlocutores.

A concatenação de todos esses fatores evidencia que as metonímias conceptuais atuam nas campanhas publicitárias de trânsito a partir de escolhas enunciativas intencionais e que, por meio de movimentos interpretativos, o receptor resgata e ativa importantes contextos socioculturais que contribuem para a persuasão das peças publicitárias de trânsito.

Passemos à análise da próxima campanha (Figura 10), compartilhada em 5 de outubro de 2016, no *Facebook* do DETRAN-PI.

Figura 10 – Campanha “Mais do que uma questão de segurança, exigir o cinto é um ato de amor!”



Fonte: <https://www.facebook.com/detranpiaui/photos/a.308110739250953/1215468215181863> acesso em 18 de outubro de 2020.

Tomando por base as categorias propostas por Pinto (2010) para análise da argumentação em gêneros persuasivos, quanto ao componente situacional e suas subcategorias, essa peça publicitária apresenta como propósito comunicativo persuadir seus interlocutores acerca da importância do uso do cinto de segurança, explorando-se uma temática que atribui a esse item de uso obrigatório a possibilidade de salvar vidas. Desse modo, usá-lo revela-se como um ato de amor por parte daqueles que respeitam as leis do trânsito.

No que tange à época de circulação, não encontramos nenhuma relação direta entre a data de postagem e algum evento que possa ter influenciado a publicação. Ressaltamos, no entanto, que o tema é de extrema relevância para a manutenção de vidas no trânsito e, por esse motivo, tem caráter atemporal, fato, que além de dispensar contextos específicos que motivem sua divulgação, reforça a necessidade de sempre ser mantido sob a atenção de condutores e passageiros.

A respeito do suporte midiático dessa campanha, verificamos que, nesses ambientes interacionais, o uso de uma linguagem dinâmica, inferencial, que apela, muitas vezes, para a emoção ou imaginação dos interlocutores facilita às instâncias reguladoras e fiscalizadoras estabelecer uma maior e mais significativa forma de diálogo com o seu público-alvo. Desse modo, percebemos que a ênfase persuasiva e o apelo à conscientização, presentes nessas campanhas, se sobrepõem ao autoritarismo evidenciado pelo aspecto rigoroso da lei e, assim, as peças publicitárias de trânsito têm se mostrado atrativas e convincentes também por conta de

construções argumentativas que adotam um tom institucional mais pedagógico que disciplinar. Acrescentamos ainda que a ênfase dessas campanhas recai em ponderações sobre o valor da vida, no intuito de persuadir, mediante o risco de morte, acerca da importância de adotar comportamentos e atitudes compatíveis com o que preconiza o estatuto da lei que rege o trânsito no Brasil.

De modo a contextualizar um pouco mais o item central dessa campanha, ratificamos que, embora atualmente não se questione ou conteste a importância do cinto como equipamento de proteção de uso obrigatório tanto para o condutor quanto para seus respectivos passageiros, a consolidação do uso desse equipamento não ocorreu de forma imediata. Até 1968, esse item não constava na lista de equipamentos obrigatórios de um veículo e, somente após esse período, é que ele passou a constar, por meio de um projeto de lei⁸, como um item obrigatório dentro dos veículos, porém isso não condicionava uso nem pelo condutor nem pelos passageiros.

Posteriormente, a utilização do cinto por parte do condutor foi decretada como conduta obrigatória na cidade de São Paulo, por meio da lei municipal nº 11.659/1994⁹, que determinou o uso do cinto para ocupantes do banco dianteiro em automóveis particulares e de aluguel. Essa lei também proibia que crianças menores de dez anos ocupassem o banco dianteiro dos veículos. Em sua reformulação, essa lei se estendeu a fiscalizar também o uso do cinto nos assentos dianteiros de utilitários, caminhões e veículos da união, estados e municípios, além de motoristas de ônibus. Apenas três anos depois, em 1997, por meio da LEI Nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, é que sua obrigatoriedade passou a vigorar em todo o Brasil, e a fiscalização estendeu-se no sentido de orientar o uso do cinto em rodovias e perímetros urbanos, sendo que tal orientação enfrentou, de início, muita rejeição por parte dos condutores, que questionavam a eficácia desse componente em caso de acidentes.

A partir da implementação dessa lei, que vigora até os dias atuais, o cinto de segurança passa, então, de um item antes ignorado a um dos componentes mais importantes no quesito segurança dentro de um veículo. Com isso o cinto adquiriu o *status* de principal aliado de motoristas e passageiros em trajetos de curta, média ou longa distância.

⁸ Projeto de lei, instituído em 1968, que previa a obrigatoriedade do uso do cinto de segurança e se configura como o marco inicial da busca por uma regulamentação para instalação desse recurso como item obrigatório em veículos automotivos. Disponível em:

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarIntegra;jsessionid=892A33A3A6812E4329BD6BF7DF7346B0.node2?codteor=1193233&filename=Avulso+-PL+1180/1968

⁹ Cf. Lei Municipal nº 11.659/1994, sancionada pelo então gestor municipal, Paulo Maluf. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9503compilado.htm

Com base nessa contextualização, percebemos que há, na campanha em análise, uma mobilização por parte da instância interlocutiva, que assume, como estratégia argumentativa, um posicionamento favorável à aplicação e fiscalização do que preconiza o CTB e, valendo-se do seu papel institucional, se dirige ao seu interlocutor mediante a apresentação do tema “Mais do que uma questão de segurança, exigir o uso do cinto é um ato de amor”. Com esse enunciado, o locutor intenta persuadir seu interlocutor demonstrando, por meio de provas, que algumas atitudes no trânsito revelam amor e zelo pela vida. Assim, mediante a apresentação visual de um cinto sendo afivelado, o locutor busca legitimar que essa atitude constitui um gesto de amor do condutor para consigo mesmo e também com os demais ocupantes do veículo.

Frente ao exposto, constatamos que, nessa campanha, a instância interlocutiva vale-se do artigo 65 do CTB como argumento de autoridade para sustentar o seu dizer, visto que se trata do uso obrigatório do cinto de segurança por condutor e passageiro, em todas as vias do território nacional. Ressalta-se que, em algumas raras e excepcionais situações, essa lei não se aplica, ficando esses casos sob a égide de resolução complementar do CONTRAN¹⁰. O artigo do CTB ainda reserva, para os casos de flagrante desobediência, subtração de cinco pontos na CNH, multa no valor de R\$ 195,23 e retenção do veículo para fins de recolocação do cinto.

Uma vez contemplados os aspectos da dimensão contextual, que tomam por base o componente situacional, procedemos, a seguir, à análise dos elementos da dimensão microlinguística e, por meio das categorias estilística e enunciativa ampliada, observamos a atuação de metonímias conceptuais na construção dos efeitos persuasivos da campanha.

Nesse aspecto, é possível inferir o referente “condutor” mediante a apresentação do componente estilístico visual “mãos” por meio da ancoragem metonímica de PARTE PELO TODO. Conforme evidenciamos em análises anteriores, a escolha enunciativa não ocorre desprovida de intenções argumentativas, pois, a depender da associação condicionada às “mãos”, emerge, mediante teia inferencial, toda a carga de responsabilidade e julgamentos atribuídos a esse referente. Nesse caso, trata-se de um condutor do qual se esperam atitudes condizentes com uma postura respeitosa e responsável no trânsito.

Com base nisso, mediante uma ancoragem metonímica de SÍMBOLO PELA SUA REPRESENTAÇÃO, é possível inferir ainda que o componente estilístico visual “cinto de segurança” é posto em cena por meio de uma escolha enunciativa que revela, como estratégia argumentativa, a intenção de trazer à tona o aspecto mais representativo desse referente: a

¹⁰ Cf. Resolução CONTRAN 453, de 26 de setembro de 2013, que disciplina o uso de capacete para condutor e passageiro de motocicletas, motonetas, ciclomotores, triciclos motorizados e quadriciclos motorizados. Disponível em: <https://www.detran.pr.gov.br/arquivos/File/legislacao/Resolucoes/Resolucao4532013.pdf>

“proteção” que ele representa aos usuários. Nesse contexto, salientamos que adquire muita importância, nessa campanha, o enquadramento visual que focaliza as mãos do referente “condutor” e a atitude que reflete o encaixe do cinto na trava de segurança.

Essa escolha enunciativa combinada a outras pistas textuais que atuam em colaboração, revela mais uma importante estratégia para alavancar o potencial persuasivo dessa campanha, pois, apesar de o cinto de segurança representar um item de proteção capaz de salvar vidas, é a atitude do condutor em fazer o travamento, com encaixe da fivela, que, de fato, implica proteção e amor às vidas que ele assume como responsabilidade no trânsito. Partindo dessas evidências, é possível pensar, mediante a postura assumida pelo condutor, em sua recategorização como “consciente”/ prudente/ respeitoso/ protetor pelo fato de estimular a obediência tanto às leis do trânsito quanto às da vida no trânsito.

Nesses termos, evidenciamos, conforme postula Abreu (2008), a metonímia na publicidade como estratégia argumentativa, pois, segundo o pesquisador, esse componente estilístico e conceptual se configura como um elemento constitutivo de nossas ações, pensamentos e formas de compreender o mundo, logo pode ser usado, inclusive, para os fins que buscam apresentar uma despretensiosa persuasão, usando-se de ancoragem ou projeções cognitivas para ativar gatilhos emocionais que interessam à persuasão, muitas vezes, silenciosa da propaganda publicitária. Nesse exemplar, o aspecto da segurança advindo do cinto encontra ancoragem nas projeções que advêm do domínio conceptual do amor, mediante o reconhecimento de que aquele que ama protege.

Por meio do componente enunciativa ampliada, é possível verificar que as escolhas enunciativas atuam, nessa campanha, como importantes estratégias argumentativas com vistas a persuadir o interlocutor sobre o fato de que a atitude de afivelar o cinto revela muito do seu caráter e compromisso com as vidas pelas quais é responsável no trânsito e que seu gesto, além de ensinar a respeitar as regras do trânsito, revela um instinto amoroso e protetor. Isso pelo fato de impedir que os demais ocupantes/ passageiros, em caso de acidentes, sejam ejetados para fora do veículo, ou arremessados contra suas partes rígidas, com graves danos ou até mesmo óbito.

Percebemos, ainda, que o enunciador lança mão da metonímia conceptual mapeada mediante semiose visual, com vistas a persuadir seu interlocutor a adotar posturas respeitosas que valorizam a vida, por meio do reforço positivo associado ao gesto de travar o cinto de segurança. Desse modo, a atuação do componente estilístico metonímico se mostra um recurso fundamental para a construção argumentativa dessa campanha, por conta, principalmente, da expansão inferencial que alcança a dimensão sociocultural. Desse modo, mediante apresentação

de provas incontestáveis, se influencia o interlocutor a aderir à tese defendida nessa peça publicitária.

Seguimos para a apreciação do nosso último exemplar de análise (Figura 11), compartilhada em 23 de fevereiro de 2017, no *Facebook* do DETRAN-PI.

Figura 11 – Campanha “Carnaval sem acidentes. Bebida e direção. Pule fora dessa!”



Fonte:<https://www.facebook.com/detrantopiaui/photos/a.308110739250953/1361924980536185> acesso em 18 de outubro de 2020.

Conforme as categorias propostas por Pinto (2010), constatamos que, quanto ao componente situacional, pertencente à dimensão contextual, essa campanha tem como propósito comunicativo persuadir seus interlocutores sobre a necessidade de assumirem atitudes conscientes e responsáveis no trânsito. Nesse sentido, a escolha temática aponta para os perigos da combinação entre álcool e direção, tão frequente em um importante e aguardado feriado nacional, o Carnaval.

A respeito da época de circulação dessa campanha, percebemos que está diretamente relacionada com o período das festividades carnavalescas e que, em virtude disso, a necessidade do reforço na abordagem do tema tem se mostrado de grande relevância, posto que, durante esse período, as estatísticas dão conta de um aumento significativo no número de acidentes, muitos deles envolvendo vítimas fatais. Reiteramos que as campanhas que tematizam a relação perigosa entre o consumo de bebidas alcoólicas e a condução de veículos visam a contribuir para a construção de uma consciência coletiva, de forma a mudar comportamentos condicionados a velhas e conhecidas práticas infracionais cometidas por muitos brasileiros, que, embora não se restrinjam ao contexto carnavalesco, são, muitas vezes, por ele influenciados.

No que diz respeito à plataforma de divulgação da campanha, percebemos que os órgãos fiscalizadores têm buscado advertir e conscientizar cada vez mais seu público-alvo sobre os perigos aos quais a vida é exposta quando atitudes infracionais e criminosas são adotadas ao volante. Ademais, a linguagem publicitária manifesta nesses ambientes e o aspecto multimodal constitutivo da campanha atuam nos interactantes por meio de uma injunção figurativa que apela para suas emoções e sensibilidade, conforme aponta Carrascoza (1999).

No que concerne à instância interlocutiva, percebemos que usa como estratégia argumentativa o seu papel institucional, apoiada no argumento de autoridade que lhe confere o CTB, em especial na redação dada pela Lei Seca. Assim, dirige-se ao seu interlocutor no intuito de convencê-lo dos perigos de assumir a direção veicular após a ingestão de bebidas alcoólicas. A referida lei foi devidamente explanada e contextualizada em análises anteriores, portanto aqui reiteramos apenas o seu caráter punitivo e rigoroso, que reduz a zero a tolerância de álcool por parte dos condutores.

Evidenciamos, nessa campanha, que o locutor, ao abordar o tema “A escolha na ida faz toda a diferença na hora da volta”, intenta convencer seu interlocutor, caso ele seja consumidor de bebidas alcoólicas, a não fazer uso de veículo próprio para se dirigir às festas de carnaval, aconselhando-o a adotar outras alternativas que possam garantir o seu deslocamento com segurança, principalmente, quando frequentar festas e outros eventos onde a probabilidade de ingestão de álcool é alta.

Nessa direção, o locutor instrui seu interlocutor por meio do slogan “Carnaval sem acidentes. Bebida e direção pule fora dessa” e usa, como estratégia argumentativa para sustentar o seu dizer, a evidência, mediante semiose visual, o contraste entre o ato de conduzir um carro de passeio durante a ida a evento de diversão e o fato de ser conduzido de volta em uma ambulância. Desse modo sugere ao interlocutor que são de sua inteira responsabilidade as consequências das escolhas que faz.

Procedemos a seguir à análise dos elementos pertencentes à dimensão microlinguística e, por meio das categorias estilística e enunciativa ampliada, discorremos sobre a atuação de metonímias na construção da persuasão na campanha.

É possível inferir o referente “condutor” mediante a ancoragem metonímica de PARTE PELO TODO, através da qual a escolha estilística e visual “carro de passeio” pode ser tomada para referir a quem dele faz uso e às implicações associadas às escolhas que esse referente adota no trânsito. Essa escolha enunciativa tem implicações argumentativas, posto que, em uma sociedade capitalista, possuir um veículo representa, além de um “cartão de visitas”, *status* de empoderamento social. Em virtude disso, essa escolha enunciativa evidencia que, muitas vezes,

em detrimento do conforto e da comodidade que o veículo representa, o condutor abre mão da sua própria segurança. Nesse aspecto, mediante a escolha estilística e verbal “bebida”, presente no *slogan* dessa campanha, é possível inferir, por meio da ancoragem de EFEITO PELA CAUSA, que a “embriaguez” pode ser apontada como possível responsável pela alteração dos planos do condutor e também por motivar o seu retorno de modo indesejado, visto que seu retorno se dá, diferente da ida, em uma ambulância, aspecto que aponta para sua condição como acidentado/ vítima de acidente.

Essa construção inferencial torna-se possível em face do conhecimento que se tem sobre os efeitos do álcool nas capacidades motoras e cognitivas dos seus usuários, a exemplo de perda ou diminuição dos reflexos e da resposta aos estímulos, turbidez e duplo foco da visão, sensação de euforia, dentre outros que potencializam as mais conhecidas fatalidades que ocorrem em muitos acidentes de trânsito.

Somada a todas essas construções, mediante a apresentação do componente estilístico visual “ambulância”, é possível pensar a recategorização do referente “condutor” como “vítima”/ acidentado, por meio da metonímia PARTE PELO TODO. Acrescentamos que essa escolha, assim como as demais aqui descritas não ocorrem de modo aleatório, pois a opção estilística por “ambulância” remete a um contexto ao qual associamos experiências que incluem desde a prestação dos primeiros socorros até o resgate e condução das vítimas aos hospitais especializados. Além disso, suscita o drama que muitas vítimas de acidentes de trânsito sofrem ao darem entrada em hospitais superlotados, com ausência de médicos e medicamentos, acrescido do risco de serem submetidos a cirurgias de alta complexidade, que, muitas vezes, resultam em mutilações de partes do corpo, dentre outros fatores comuns a tratamentos traumatológicos em ambientes hospitalares. Isso sem mencionar a recuperação, que pode ser marcada por traumas e limitações de toda ordem.

Esse aspectos confirmam o caráter inferencial da metonímia postulado por Abreu (2004), segundo o qual esse componente estilístico pode ser compreendido como uma forma de linguagem que carrega projeções e armazenamentos ancorados na emoção do interlocutor, mantendo íntima relação com a formação de amálgamas cognitivos que atuam de modo relevante na ativação de projeções e julgamentos de valor via ativações metonímicas.

Com base nisso, por meio do componente enunciativa ampliada, inferimos que o enunciador se vale, como estratégia argumentativa, dessa recategorização do referente “condutor” como “vítima”/acidentado, no intuito de persuadir seu interlocutor sobre a importância de ele não ceder aos caprichos da vaidade e do ego e, consequentemente, dos

instintos que impulsionam o desejo de autoafirmação atrelado aos bens materiais, pois o preço desse aparente conforto pode significar, em outras palavras, abrir mão da própria vida.

Concluímos, ao longo das análises aqui empreendidas, que as metonímias conceituais mapeadas mediante semiose verbal e visual são marcadas por escolhas enunciativas intencionais e que guardam uma intrínseca relação com a construção argumentativa das campanhas de trânsito aqui investigadas. Ademais, evidenciamos que a hipótese defendida nesta pesquisa se confirma mediante o caráter inferencial da metonímia, a qual propicia a ativação de redes inferenciais que se estendem a conhecimentos socioculturais que atuam na potencialização dos efeitos persuasivos demonstrados em todo o *corpus* analisado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, investigamos a atuação da metonímia conceptual e sua relação com a tecitura argumentativa em campanhas publicitárias de trânsito. Para isso, realizamos um levantamento teórico apoiado nos postulados mais recentes acerca da metonímia conceptual e da argumentação, sem, no entanto, desconsiderarmos a importância dos estudos e empreendimentos precursores, dada sua importância, por alavancar a discussão. Cientes do risco de tornar a pesquisa ampla ou demasiadamente restrita, ressaltamos que, na perspectiva sociocognitiva e nos postulados da referenciação, encontramos o ponto de convergência para fundamentar a hipótese sobre a qual nossa pesquisa se assenta e, assim, melhor pudemos definir o escopo teórico e metodológico que a subsidiou.

Indagamos sobre quais papéis os processos metonímicos resgatam ou ativam, de que modo contribuem para a construção argumentativa das campanhas publicitárias analisadas e, ainda, se as escolhas enunciativas com as quais essas escolhas estão imbricadas se revestem de um viés intencional com vistas a complexificar e potencializar a face argumentativa desses textos. Além dessas questões, nos interessou mapear as metonímias manifestadas em mais de uma semiose, pois entendemos, conforme Cavalcante (2012) e Cavalcante; Custódio Filho e Brito (2014), que se faz necessário voltar a atenção a outras possibilidades de ocorrências comunicativas que ultrapassem os limites do oral e do verbal, atentando-se, pelo viés da multimodalidade, para as ocorrências nos textos devido ao fato de dois ou mais modos de enunciação se conjugarem com o intento de manifestar/sugerir os sentidos pretendidos.

Assim, no sentido de dar respostas aos questionamentos acima mencionados, partimos da concepção de que, nas campanhas publicitárias de trânsito, a metonímia conceptual, manifestada em mais de uma semiose, funciona como um importante gatilho para a construção persuasiva, por acionar uma complexa rede inferencial de alcance sociocultural, e de que sua convocação não ocorre de modo aleatório.

Desse modo, fundamentamo-nos em uma interface entre duas grandes áreas, a Linguística Textual e a Linguística Cognitiva, adotando a concepção sociocognitivista de texto, por considerarmos, assim como Cavalcante (2012), o texto como um local privilegiado para se investigar aspectos composticionais tanto de ordem textual quanto cognitiva, pois, sendo compreendido como um evento comunicativo, os fatores mencionados concorrem de forma imprescindível para a construção de sentidos.

No decorrer do processo analítico, alguns fatores se mostraram relevantes a nossa observação. Inicialmente, a adoção do paradigma sociocognitivo e a aproximação com a

referenciação possibilitaram uma maior percepção e abrangência ao estudo da metonímia conceptual, possibilitando que seu protagonismo fosse evidenciado no *corpus* selecionado para esta investigação, mediante uma perspectiva de análise que inclui aspectos de natureza cognitiva, linguística e sociocultural. Desse modo, evidenciamos que os aspectos multimodais, mapeados via ativações metonímicas, somados a outras pistas textuais identificadas durante a análise, colaboram significativamente para a expansão da construção argumentativa, demonstrando que tanto os aspectos de ordem mais interna quanto os de ordem mais externas ao texto atuam em regime colaborativo constante e que a construção argumentativa não ocorre de forma linear, conforme sinaliza Pinto (2010).

Acerca das metonímias mapeadas mediante semiose verbal e visual, elas confirmam que os processos referenciais ultrapassam a noção extensão-referencial e linguístico-textual, podendo concretar, mediante ancoragem cognitiva, muito além do que se explicita na materialidade textual, conforme defende Lima (2003, 2009). Quando assim ocorre na atividade interativa e interpretativa dos interactantes em dada situação comunicativa, se expande uma rede inferencial que amplia, mediante “teias de sentido”, conceitos e significados que homologam, com base em conhecimentos socioculturais compartilhados, a força argumentativa necessária ao potencial persuasivo das campanhas de conscientização no trânsito.

Outro fator que vale acrescentar é que nossa análise deu conta de metonímias conceptuais mapeadas por semiose visual em todos os exemplares analisados, sendo que, em alguns desses casos, foram evidenciados também processos de recategorização metonímica, fator último este que, apesar de raro, está presente em alguns dos exemplares investigados, o que indica possibilidade de aprofundamento em estudos posteriores.

Nossa análise aponta, como resultado indireto da proposta aqui investida, que, em face da constituição semiótica das campanhas, as imagens exercem funções semelhantes a algumas reservadas às expressões referenciais. Nos exemplares investigados, embora não detalhamos por conta do recorte da pesquisa, foi possível perceber a predominância de possíveis anáforas indiretas imagéticas as quais coincidem com as metonímias conceptuais visuais, podendo, nossos resultados, inclusive, abrir caminho para uma expansão dos modos de perceber as anáforas pelo viés da multimodalidade. Nesses processos mencionados, a metonímia conceptual abriu espaço para recategorizações metonímicas, na maioria dos casos analisados.

Destacamos ainda que a proposta de Pinto (2010) para a análise da argumentação em gêneros persuasivos se mostrou de significativa relevância para a comprovação da hipótese aqui levantada, visto que, por meio das categorias de análise, foi possível constatar que as escolhas enunciativas marcadas por metonímias conceptuais, mapeadas em mais de uma semiose,

mostraram-se intencionais e frutíferas à construção persuasiva das campanhas multimodais de trânsito compartilhadas por meio da plataforma institucional do DETRAN-PI.

Assim, os resultados da pesquisa evidenciam que as metonímias conceptuais verbais e visuais constituem um importante gatilho para a construção persuasiva do gênero selecionado para a investigação, pois o acionamento da rede inferencial que se expande a conhecimentos socioculturais compartilhados fortalece o potencial persuasivo das campanhas em face da apresentação de provas incontestáveis que implicam julgamento de valor e apelos ao caráter do interlocutor.

Em suma, confirmamos a importância dos avanços dos estudos da Linguística Textual no campo da referência e reforçamos que o aporte teórico da Linguística de Gêneros e os postulados da Semântica Linguística propiciaram conceitos basilares para a comprovação de que a metonímia conceptual guarda uma estreita relação com a construção argumentativa das campanhas multimodais que visam à conscientização no trânsito.

Acreditamos, por fim, que nossa pesquisa contribui para um alargamento da percepção do fenômeno investigado e que segue uma tendência empreendida pelos estudos atuais que elegem uma perspectiva de texto que não se restringe a sua materialidade verbal, considerando os aspectos visuais e ainda os sonoros e gestuais. Desse modo, se amplia o escopo investigativo e se redimensionam estudos que tradicionalmente se ocuparam da linguagem exclusivamente verbal, alargando significativamente os horizontes de pesquisas no âmbito da Linguística Textual no Brasil.

REFERÊNCIAS

ABREU, Antônio Suaréz. **Metonímia** – uma visão funcionalista e cognitivista. Vitória, ES: UFES, 2008. (Contextos Linguísticos, v. 2).

ABREU, Antônio Suárez. **Design da Escrita** – redigindo com criatividade e beleza, inclusive ficção. São Paulo: Ateliê editorial, 2008.

ABREU, Antônio Suaréz. **A arte de argumentar**: gerenciando razão e emoção. 13. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

ADAM, Jean-Michel. **A linguística textual**: uma introdução à análise textual dos discursos. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

ADAM, Jean-Michel. Genres, textes, discours: pour une reconception linguistique du concept de genre. **Revue belge de philologie et d'histoire**, n. 75, p. 665-81, 1997.

AL-SHARAFI, A. G. M. **Textual metonymy**: a semiotic approach. New York: Palgrave; MacMillan, 2004.

APOTHÉLOZ, D.; REICHLER-BÉGUELIN, M. J. Construction de la référence et stratégies de désignation. In: BERRENDONNER, Alain; REICHLER-BÉGUELIN, M-J. (ed.). **Du sintagme nominal aux objects-de-discours**: SN complexes, nominalizations, anaphores. Neuchâtel: Institute de linguistique de l’Université de Neuchâtel, 1995. p. 227-271.

ARISTÓTELES. **Poética**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da poética em Dostoiévski**. Rio de Janeiro: Forence Universitária, 1997.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BEAUGRANDE, Robert de. **New foudations for a science of text and discourse**: cognition, communication, na feedom of access to knowledgean society. Norwwod: Alex, 1997.

BEAUGRANDE Robert de; DRESLER, Wolfgang Ulrich. **Einfhrung in die Textlingistik**. Tubingen: Niemeyer, 1981.

BENTES, Ana Cristina. Linguística textual. In: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Ana Christina (org.). **Introdução à linguística**: domínios e fronteiras. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2007. p.1-43. v. 1.

CAMPOS-TOSCANO, Ana Lúcia Furquim. **O percurso dos gêneros do discurso publicitário**: uma análise das propagandas da Coca-Cola. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/109105>. Acesso em: 22 jan. 2021.

CARRASCOZA, João Anzanello. **A evolução do texto publicitário**: a associação de palavras como elementos de sedução na publicidade. São Paulo: Editora Futura, 1999.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães. **Os sentidos do texto.** São Paulo: Contexto, 2012.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães; CUSTÓDIO FILHO, Valdinar. Revisitando o estatuto do texto. **Revista do GELNE**, v. 12, n. 2, p. 56-71, 2010.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães; CUSTÓDIO FILHO, Valdinar; BRITO, Mariza Angélica Paiva. **Coerência, referenciação e ensino.** São Paulo: Cortez, 2014.

CEGALLA, Domingos Paschoal. **Novíssima gramática da língua portuguesa.** 48. ed. rev. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2008.

FAUCONNIER, Gilles. **Mental spaces:** aspects of meaning construction in natural language. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

FAUCONNIER, Gilles. **Mappings in language and thought.** Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

FELTES, Heloísa P. de Moraes. **Semântica Cognitiva:** ilhas, pontes e teias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.

FELTES, Heloísa P. de Moraes. A Semântica Cognitiva Prototípica de George Lakoff. **Letras de Hoje**, v. 27, n 3, p. 4-12, 2012. Disponível em:
<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/16070>. Acesso em: 25 dez. 2020.

FERREIRA, Mauro. **Aprender e praticar gramática.** São Paulo: FTD, 2011.

FIORIN, José Luís. **Figuras de retórica.** São Paulo: Contexto, 2014.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002. Apostila

FREGE, Gottlob. Sobre o Sentido e a Referência. In: FREGE, G. **Lógica e filosofia da linguagem.** São Paulo: Cultrix, 1978. p. 253-262.

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

JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação.** São Paulo: Cultrix, 2003.

KENDON, Adan. The negotiation of context in face-to-face interaction. In: DURANTI, Alexandre; GOODWIN, Charles. **Rethinking context.** Cambridge: Cambridge University Press, 1992. p. 323-334.

KOCH, Ingredore Grunfeld Villaça. **O texto e a construção dos sentidos.** São Paulo: Contexto, 1997.

KOCH, Ingredore Grunfeld Villaça. Linguística textual: retrospecto e perspectivas. In: BRAIT, Beth (org.). **Estudos enunciativos no Brasil:** histórias e perspectivas. Campinas: Pontes, 2001. p. 71-86.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **Desvendando os segredos do texto.** 2. ed. São Paulo: Cortez, 2003.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **Introdução à linguística textual.** São Paulo: Martins Fontes, 2004.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **Introdução à Linguística Textual:** trajetória e grandes temas. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **O texto e a construção dos sentidos.** 9. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

KOCH, Ingedore G.V.; LIMA, Maria Luíza A. C. “Sociocognitivismo”. In: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna Christina (org.). **Introdução à Lingüística.** São Paulo, Cortez, 2004. p. 251-299. v. 3.

KOCH, I. G. V.; CUNHA-LIMA, M. L. Do cognitivismo ao sociocognitivismo. In. MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna Christina (org.). **Introdução à Linguística:** fundamentos epistemológicos. São Paulo: Cortez, 2011. p. 251-300. v. 3.

KOCH, Ingedore Villaça. **Introdução à linguística textual:** trajetória e grandes temas. São Paulo: Contexto, 2018.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading images:** the grammar of visual design. London; New York: Routledge, 2006 [1996].

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. **Metaphors we live by.** Chicago: University of Chicago Press, 1980.

LAKOFF, George. **Women, fire and dangerous things:** what categories reveal about the mind. Chicago: University of Chicago Press, 1987.

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. **Philosophy in the flesh:** the embodied mind and its challenge to western thought. New York: Basic Books, 1999.

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. **Metáforas da vida cotidiana.** Tradução: Maria Sofia Zanoto. Campinas, SP: Mercado das Letras; São Paulo: EDUC, 2002.

LENZ, P. Semântica Cognitiva. In: FERRAREZI JUNIOR, C.; BASSO, R. (org.). **Semântica, semânticas:** uma introdução. São Paulo: Contexto, 2013. p. 31-55.

LIMA, Jorgelene Sousa de. O processo de recategorização no gênero charge: um estudo à luz da perspectiva sociocognitiva. **Entretextos**, Londrina, v. 14, n. 2, p. 116-39, jul. /dez. 2014.

LIMA, Silvana Maria Calixto de. **(Re) categorização metafórica e humor:** trabalhando a construção dos sentidos. 2003. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2003.

LIMA, Silvana Maria Calixto de. **Entre os domínios da metáfora e da metonímia: um estudo de processos de recategorização.** 2009. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2009.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação.** 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, Ângela *et al.* (org.). **Gêneros textuais e ensino.** Rio de Janeiro: Lucerna, 2002. p. 20-36.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Linguística textual:** o que é e como se faz. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

MARTELOTTA, Mário Eduardo; PALOMANES, Roza. Linguística cognitiva. In: MARTELOTA, Mário Eduardo (org.). **Manual de Linguística.** 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008. p. 177-192.

MONDADA, Lorenza; DUBOIS, Daniele. Construção de objetos de discurso e categorização: uma abordagem dos processos de referenciação. In: CAVALCANTE, Mônica M. *et al.* (org.). **Referenciação.** São Paulo: Contexto, 2003. p. 17-52.

NUNES, Polyana Carvallho *et al.* Um cotejo à luz da interface textual – cognitiva sobre a abordagem das figuras metáforas e metonímias na gramática. In: SILVA, Ailmá do Nascimento *et al.* (org.). **Estudos linguísticos sob diferentes abordagens:** Linguística Textual, Multimodalidade e Ensino. Curitiba: CRV, 2021. p. 79-92.

PAIVA, V. L. M. O. A metonímia como processo fractal multimodal. **Veredas**, v. 14, n. 1, p. 7-19, 2010.

PANTHER, Klaus-Uwe; THORNBURG, Linda. The potentiality for actuality metonymy in English and Hungarian. In: PANTHER, Klaus-Uwe; RADDEN, Gunter (org.). **Metonymy in Language and Thought (Human Cognitive Processing).** Amsterdam; Philadelphia: Benjamins, 1999. p. 333-345.

PINHO, José Benedito. **Propaganda institucional, usos e funções da propaganda em relações públicas.** São Paulo: Summus, 1990.

PINTO, Rosalice. **Como argumentar e persuadir - Práticas:** política, jurídica e jornalística. Lisboa: Quid Juris? - Sociedade Editora, 2010.

PINTO, Rosalice. Argumentação e persuasão em gêneros textuais. **EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, n. 9, p. 102-14, 2015.

PLATÃO. **Diálogos.** São Paulo: Nova Cultural, 1996. (Coleção *Os Pensadores*).

PUTNAM, Hilary. **Two conceptions of rationality.** In: Reason, history and truth. Cambridge: Cambridge University Press, 1981. p. 101-26.

REBOUL, Olivier. **O slogan.** Tradução: Inácio Assis da Silva. São Paulo: Cultrix, 1975.

ROCHA LIMA, C. H. **Gramática Normativa da Língua Portuguesa.** 15. ed. Rio de Janeiro: Jose Olympio, 1972.

SALOMÃO, Margarida. A questão da construção do sentido e a revisão da agenda dos estudos da linguagem. **Veredas**, Juiz de Fora, v. 3, n. 1, p. 61-79. 1999.

SALOMÃO, Margarida. Gramática e interação: o enquadre programático da hipótese sociocognitiva sobre a linguagem. **Veredas**, v.1, n. 1, p. 23-9, 1997.

SANDMANN, A. J. **A Linguagem da Propaganda.** 9. ed. São Paulo: Contexto, 2020.

SANTOS, Ione Aires. **Um estudo sobre a metonímia como um processo cognitivo.** 2011. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2011.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TURNER, Mark. **The literary mind.** New York: Oxford University Press, 1996.