

DM

Translinguismo na Sinalética Urbana no Funchal

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Bernardo Manuel Pereira Silva

MESTRADO EM LINGUÍSTICA: SOCIEDADES E CULTURAS



UNIVERSIDADE da MADEIRA

A Nossa Universidade

www.uma.pt

dezembro | 2021

Translinguismo na Sinalética Urbana no Funchal

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Bernardo Manuel Pereira Silva

MESTRADO EM LINGUÍSTICA: SOCIEDADES E CULTURAS

ORIENTAÇÃO

Alcina Maria Pereira de Sousa

CO-ORIENTAÇÃO

Gonçalo Nuno Ramos Ferreira de Gouveia

Translinguismo na Sinalética Urbana no Funchal

Dissertação de Mestrado em Linguística: Sociedades e Culturas

Orientadores:

Prof.^a Doutora Alcina Maria Pereira de Sousa
Universidade da Madeira

Prof.^o Doutor Gonçalo Nuno Ramos Ferreira de Gouveia
Universidade da Madeira

Apresentada em Prova Pública,
na Universidade da Madeira, a 14 de fevereiro de 2022,
perante o Júri:

Prof.^a Doutora Naidea Nunes Nunes
Professora Associada da Universidade da Madeira
(Presidente do Júri)

Prof.^a Doutora Alcina Maria Pereira de Sousa
Professora Auxiliar da Universidade da Madeira
(Vogal)

Prof.^a Doutora Rosângela Lunardelli Cavallazzi
Professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro
(Vogal)

Prof.^a Doutora Maria João Marçalo
Professora Auxiliar com Agregação da Universidade de Évora
(Vogal)

Prof.^o Doutor Marco António Franco Neves
Professor Auxiliar Convidado da Universidade Nova de Lisboa
(Vogal)

Agradecimentos

Aos meus queridos pais, Maria Rafaela Rebolo Pereira Silva e José Manuel Fernandes Silva.

Pura e simplesmente, muitíssimo obrigado por tudo e também por apenas serem como são. Sempre acreditaram em mim e nunca duvidaram que esta tarefa seria possível.

À Professora Alcina Sousa e ao Professor Gonçalo Gouveia.

Mestres orientadores impecáveis que sempre se mostraram solidários e disponíveis para prestar auxílio quando parecia que nada fazia sentido.

Ainda a todos os que direta ou indiretamente me ajudaram a percorrer este caminho cheio de surpresas e desafios.

No fim, não foram somente as vezes em que me senti perdido ou inadequado durante todo este processo, ou os momentos em que acabei por surpreender-me a mim próprio, com uma solução inesperada para resolver um problema, que parecia não ter resolução. O maior feito foi que, contra as minhas próprias expectativas, à minha maneira e ao meu ritmo, acabei por tornar esta dissertação uma realidade.

Resumo

O Translinguismo (originalmente, *translanguaging*) é um processo linguístico e discursivo cada vez mais incontornável. Na contemporaneidade, é possível encontrarmos várias línguas em interação dialógica no mesmo contexto geográfico. Nesta primeira abordagem, a nossa investigação baseia-se na premissa de que, como nos situamos no território insular da Região Autónoma da Madeira, procuramos evidência linguística e discursiva no âmbito do conceito de *translanguaging*. Optámos por uma perspectiva etimológica, sincrónica/diacrónica e interdisciplinar, limitando a zona geográfica da nossa pesquisa à principal cidade da Ilha, i.e., o Funchal, denominada de cosmopolita.

Portanto, o nosso estudo desenvolve-se seguindo a temática “Translinguismo na Sinalética Urbana no Funchal”. O objetivo desta investigação consiste na averiguação do modo como as línguas e linguagens, conjugadas com os mecanismos omnipresentes da comunicação visual, interagem de forma a possibilitar a construção de um discurso multimodal entre falantes nativos e não nativos no arquipélago da Madeira. Releve-se como, através da interação com elementos discursivos e semióticos subjacentes ao potencial comunicativo, se envolve e percebe uma pluralidade de atores sociais: residentes, não-residentes e visitantes. Sob outra perspectiva, a análise da sinalética urbana pode revelar possíveis discrepâncias culturais e sociais vigentes bem como tensões e conflitos linguísticos e pragmático-discursivos evidenciados no espaço urbano.

As práticas discursivas multimodais possibilitam a troca/alternância de códigos linguísticos que transcendem as barreiras linguísticas e promovem uma comunicação interdisciplinar muito mais fundamentada pelo envolvimento da análise do discurso, da semiótica e da sociolinguística como metodologia intrínseca ao processo de codificação e descodificação/interpretação de signos. Assim, através de uma abordagem qualitativa, exploratória, baseada numa recolha empírica de dados fotográficos relacionados com a sinalética institucional (i.e., governamental; cf. Jaworski e Thurlow, 2010), incluindo a sinalética de produtos regionais, a exemplo de estudo de caso, iremos observar os processos discursivos, semióticos e cognitivos inerentes às línguas e culturas em interação (objeto de estudo das ciências humanas e sociais).

Palavras – Chave: Translinguismo/*Translanguaging*; Sinalética Urbana; Funchal; Cosmopolitismo; Semiótica Social; Multimodalidade

Abstract

Translingualism (originally, translanguaging) is an increasingly unavoidable linguistic and discursive process. Nowadays, it is possible to find several languages in dialogic interaction in the same geographic context. In this first approach, our investigation draws on the premise that, as we are in the insular territory of the Autonomous Region of Madeira, we look for linguistic and discursive evidence within the scope of the concept of translanguaging. We opted for an etymological, synchronic/diachronic and interdisciplinary perspective, limiting the geographical area of our research to the main city on the island, i.e., Funchal, known as a cosmopolitan city.

Therefore, our study is developed following the theme “Translingualism in Urban Signs in Funchal”. The aim of this research study is to investigate how linguistic codes and languages combined with the ubiquitous mechanisms of visual communication interact to enable the construction of a multimodal discourse between native and non-native speakers in the Archipelago of Madeira. It is noteworthy to refer that, through the interaction with discursive and semiotic elements underlying the communicative potential, a plurality of social actors is involved and perceived: residents, non-residents and visitors. From another perspective, the analysis of urban signs can reveal possible current cultural and social discrepancies, as well as linguistic and pragmatic-discursive pulls and conflicts evidenced in the urban space.

Multimodal discursive practices enable the exchange/shift of linguistic codes which transcend linguistic barriers and promote an interdisciplinary communication much more grounded in the involvement of discourse analysis, semiotics and sociolinguistics as an intrinsic methodology in the process of encoding and decoding/interpreting signs. Thus, through a qualitative, exploratory approach, based on an empirical collection of photographic data related to institutional signs (i.e., governmental; cf. Jaworski and Thurlow, 2010), including the signage of regional products, as an example of a case study, we observe the discursive, semiotic and cognitive processes inherent to languages and cultures in interaction (object of study in humanities and social sciences).

Keywords: Translingualism/Translanguaging; Urban Signs; Funchal; Cosmopolitanism; Social Semiotics; Multimodality

Índice

| | |
|--|-----------|
| INTRODUÇÃO..... | 10 |
| ➤ Contextualização e justificação do estudo..... | 10 |
| ➤ Relevância..... | 13 |
| ➤ Objeto de estudo..... | 13 |
| ➤ Problemática..... | 16 |
| ➤ Questões de partida..... | 18 |
| ➤ Metodologia..... | 19 |
| ➤ Procedimentos, técnicas e seleção do corpus..... | 19 |
| CAPÍTULO 1. ENQUADRAMENTO CONTEXTUAL E TEÓRICO..... | 22 |
| 1. Contexto sociocultural: Funchal (Madeira)..... | 22 |
| 1.1. Breve incursão diacrónica..... | 23 |
| 1.1.1. Contacto linguístico e cultural..... | 26 |
| 1.1.1.1. Turismo..... | 28 |
| 1.1.1.2. Cosmopolitismo..... | 30 |
| 2. Translinguismo..... | 32 |
| 2.1. Impacto na comunicação entre os cidadãos: residentes/locais e visitantes..... | 40 |
| 2.1.1. <i>Crosscoding</i> | 47 |
| 2.1.2. Contacto linguístico e variação..... | 51 |
| CAPÍTULO 2. SINALÉTICA URBANA: SEMIÓTICA SOCIAL; MULTIMODALIDADE; TRANSLINGUISMO..... | 54 |
| 1. Sinalética Urbana, Institucional e Privada..... | 54 |
| 2. Semiótica Social..... | 55 |
| 3. Multimodalidade..... | 77 |
| 4. Estudos de Caso..... | 88 |
| 4.1. Coral..... | 89 |

| | |
|---|------------|
| 4.2. Laranjada..... | 90 |
| 4.3. Brisa..... | 93 |
| 4.4. Bolachas Santo António..... | 94 |
| CAPÍTULO 3. DISCUSSÃO DE DADOS..... | 98 |
| 1. Translinguismo e construção simbólica no espaço urbano..... | 98 |
| 2. Identidade na diversidade na sinalética urbana..... | 99 |
| 2.1. Imagens de associação..... | 100 |
| 2.2. Imagens de marca..... | 101 |
| 3. Globalização e mudança social evidenciada na sinalética institucional..... | 102 |
| 3.1. Elementos de prestígio histórico e de inspiração tecnológica..... | 103 |
| 3.2. Multiculturalismo em evidência..... | 104 |
| 3.3. Sinalética dinâmica..... | 106 |
| CONCLUSÃO..... | 106 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 109 |

Lista de Mapas e Figuras

| | |
|---|----|
| Mapa 1. Ilha da Madeira [Fonte: MadeiraHelp.com, retirado de https://cheveuxcrepusfrun.blogspot.com/2017/07/mapa-da-madeira-para-imprimir.html?m=0]..... | 15 |
| Mapa 2. Cidade do Funchal [Fonte: MadeiraHelp.com, retirado de https://mapasblog.blogspot.com/2012/08/mapas-de-funchal-madeira.html]..... | 15 |
| *[Fonte Própria] | |
| Figura 1. Letreiro parietal do restaurante <i>Le Jardin</i> : Rua D. Carlos I | 37 |
| Figura 2. Porta sem número atribuído - Intervenção de Arte Urbana: Zona Velha | 37 |
| Figura 3. Letreiro parietal do restaurante / <i>sushi-bar Nagoya</i> : Avenida do Infante..... | 38 |
| Figura 4. Cartaz informativo parietal – Loja Artesanato da Madeira: Rua dos Ferreiros, n.º 152..... | 39 |
| Figura 5. Cartaz informativo, em relevo - <i>Super Gateforce</i> : Rua dos Ferreiros, n.º 170 | 39 |
| Figura 6. Letreiro informativo, em relevo - Restaurante Madeira <i>Story Centre</i> : Rua D. Carlos I | 39 |
| Figura 7. Aplicação de publicidade na retaguarda de um transporte público, em vinil: Bordado da Madeira | 41 |
| Figura 8. Aplicação de publicidade na retaguarda de um transporte público, em vinil: Coral Sidra de Maçã | 42 |
| Figura 9. Cartaz publicitário: Madeira <i>in A Bottle - Supermarket Madeira Story Centre</i> : Rua D. Carlos I | 44 |
| Figura 10. Letreiro em relevo – <i>Sole Mio Nails</i> : Rua do Seminário..... | 47 |
| Figura 11. Letreiro em relevo – Cabeleireiro Correia & Lia: Rua Serpa Pinto | 47 |
| Figura 12. Sinal informativo <i>Kiss & Ride</i> : Avenida da Madalena, Santo António, Funchal..... | 49 |
| Figura 13. Seta de entrada para o Museu Militar da Madeira: Avenida Zarco | 51 |
| Figura 14. Caixa ATM – <i>Euronet Worldwide</i> : Zona Velha | 51 |
| Figura 15. Letreiro parietal da <i>Tours and Walks - Ausflüge & Wanderungen</i> : Avenida Zarco | 52 |
| Figura 16. Fachada de loja de recordações e artesanato – <i>Atlantic Souvenirs</i> : Avenida Arriaga..... | 53 |

| | |
|--|----|
| Figura 17. Fachada do produtor vinícola – D’ Oliveiras: Rua dos Ferreiros | 59 |
| Figura 18. Porta n.º 228 - Zona Velha: Arte urbana | 61 |
| Figura 19. Letreiro parietal – <i>The Old City Pub</i> : Rua da Boa Viagem | 64 |
| Figura 20. Letreiro parietal – <i>MA Gallery</i> : Rua de Santa Maria | 65 |
| Figura 21. Letreiro parietal – Farmácia Botica Inglesa: Rua Câmara Pestana | 66 |
| Figura 22. Letreiro parietal – Cabeleireiro <i>Joli</i> : Rua Câmara Pestana | 67 |
| Figura 23. Placa toponímica: Travessa das Torres | 69 |
| Figura 24. Placa toponímica: Travessa do Acciaolli | 69 |
| Figura 25. Saco de divulgação da cidade do Funchal (Município do Funchal) 1 | 71 |
| Figura 26. Saco de divulgação da cidade do Funchal (Município do Funchal) 2 | 71 |
| Figura 27. Alarme de incêndio 1 – Campus Universitário da Penteada, Piso 01..... | 72 |
| Figura 28. Alarme de incêndio 2 – Campus Universitário da Penteada, Piso 01..... | 72 |
| Figura 29. Seta de saída de emergência – Campus Universitário da Penteada, Piso 01..... | 73 |
| Figura 30. Cartaz informativo: Coronavírus – Campus Universitário da Penteada, Piso 0..... | 73 |
| Figura 31. Sinal de proibição de fumar – Campus Universitário da Penteada, Tecnopolo, Piso 0..... | 75 |
| Figura 32. Aviso de videovigilância – Campus Universitário da Penteada, Piso 01..... | 76 |
| Figura 33. Placard móvel de informação – Café do Teatro: Avenida Arriaga | 79 |
| Figura 34. Cartaz publicitário – <i>OldTimer Tours</i> : Rua dos Ferreiros, <i>Rent-A-Car</i> Madeira, n.º 161..... | 80 |
| Figura 35. <i>Placard</i> móvel de informação – <i>English Church Concerts</i> : Rua dos Aranhas | 80 |
| Figura 36. Letreiro em relevo – restaurante indiano e nepalês <i>Basmati</i> : Rua de Santa Maria | 81 |
| Figura 37. Letreiro parietal – restaurante/bar Arsenal: Largo do Corpo Santo | 82 |
| Figura 38. Letreiro parietal – Tasquinha do <i>Monsieur</i> : Rua de Santa Maria | 83 |
| Figura 39. Painel eletrónico promocional – Farmácia Portuguesa: Rua João Távira | 85 |
| Figura 40. Painel promocional eletrónico – Farmácia Funchal: Rua Dr. Brito Câmara | 85 |
| Figura 41. Painel promocional eletrónico – <i>Seat Arona</i> : Avenida Zarco..... | 87 |

| | |
|--|----|
| Figura 42. Garrafa de vidro – Cerveja Coral: Empresa de Cervejas da Madeira | 89 |
| Figura 43. Laranjada: Recipiente em vidro e em plástico; individual e familiar | 91 |
| Figura 44. Laranjada: Rótulo bilingue..... | 91 |
| Figura 45. Brisa Maracujá: Garrafa | 93 |
| Figura 46. Brisa Maracujá: Rótulo bilingue | 94 |
| Figura 47. Rótulo de caixa de cartão – Bolachas Santo António: Fábrica Santo António | 95 |
| Figura 48. Nota histórica impressa no exterior de caixa de cartão – Bolachas Santo António: Fábrica Santo António..... | 96 |
| Figuras 49. Biscoitos de gengibre: Contentor de plástico..... | 96 |
| Figura 50. Broas de chocolate e café: Saco de plástico..... | 96 |
| Figura 51. Impressão no exterior de caixa de cartão - Bolo de Mel de Cana de Açúcar: Fábrica do Ribeiro Seco (1) | 97 |
| Figura 52. Impressão no exterior de caixa de cartão - Bolo de Mel de Cana de Açúcar: Fábrica do Ribeiro Seco (2) | 97 |
| Figura 53. Impressão no exterior de caixa de cartão - Bolo de Mel de Cana de Açúcar: Fábrica do Ribeiro Seco (3) | 97 |
| Figura 54. Impressão no exterior de caixa de cartão - Bolo de Mel de Cana de Açúcar: Fábrica do Ribeiro Seco (4) | 97 |
| Figura 55. Saco de papel - Fábrica S.to António (1) | 98 |
| Figura 56. Saco de papel - Fábrica S.to António (2) | 98 |

INTRODUÇÃO

A presente investigação desenvolveu-se segundo o tema *Translinguismo na Sinalética Urbana no Funchal*, no âmbito do Mestrado de Linguística: Sociedades e Culturas, tendo sido aprofundada ao longo do ano letivo de 2020/2021.

Neste estudo, tal como advogam Gorter & Cenoz (2015), perspetivamos a sinalética no espaço urbano, não de uma forma individualizada, mas de uma forma holística da paisagem linguística dos espaços marcados pela sinalética multilingue, que refletem uma combinação de recursos linguísticos e discursivos decorrentes do processo de globalização e das línguas e culturas em contacto, no povoamento do território insular. Os textos multimodais e multilingues são, parafraseando a posição dos linguistas Gorter & Cenoz (2015: 54), criados, recriados e replicados tendo por base diversos traços linguísticos de vários idiomas.

Mais do que um mapeamento linguístico, urge, portanto, contextualizar a ocorrência da sinalética múltipla, sobretudo a forma como os (Gorter & Cenoz, 2015: 54) “signos se ajustam, alternam ou associam formando uma paisagem linguística como um todo” [Tradução nossa].

Para um melhor entendimento da temática em apreço destacamos, em seguida, a contextualização e a justificação do estudo, a relevância, o objeto de estudo, a problemática e a metodologia. A esta breve exposição, segue-se, no capítulo 1, uma descrição do contexto selecionado para os estudos de caso, isto é, o Funchal, numa perspetiva sociocultural sucinta do enquadramento teórico subjacente aos conceitos-chave da dissertação.

Contextualização e justificação do estudo

O translinguismo responde à necessidade de abranger, numa troca dialógica permanente, um número crescente de públicos em mobilidade, muito diversificados, que interagem entre si de forma contínua. Este termo faz parte da investigação extensa divulgada por Jaworski (2015: 217-235), que expande os conceitos de mudança de código ou alternância de código em situações comunicativas (i.e., na versão em língua inglesa *codeswitching*,

crosscoding), no âmbito da sociolinguística Laboviana (1976, 2011), mas também dos modos semióticos em interação (Pennycook, 2017). Os efeitos desta resposta têm, por sua vez, convertido os centros urbanos em contextos privilegiados de interação entre diversos atores, evidenciados na organização e no planeamento dos espaços urbanos bem como na projeção das línguas e linguagens em uso na contemporaneidade. Os discursos, tal como é demonstrado por Wodak (2015: 1), mantêm uma relação mútua com outras estruturas semióticas e instituições materiais: moldam-nos e são por eles moldadas. Motivados por estes pressupostos preliminares, começamos por apresentar, ainda que muito sucintamente, a noção de “paisagem linguística” (i.e., *linguistic landscape* “LL”) sendo que, aqui, o que é realmente importante reter é que, consoante Vandembroucke (2018: 3) à luz de Shohamy e Gorter, (2009), no seu significado mais amplo, uma paisagem linguística (LL) abrange todas as instâncias de linguagem verbal evidenciada no espaço público, numa determinada localidade geográfica, quer seja de natureza comercial, oficial, móvel, transgressiva, multimodal ou privada [Tradução nossa].

Observamos como, num mundo cada vez mais dominado pela imagem, a componente visual se revela progressivamente mais omnipresente; as semelhanças e diferenças que pontuam as línguas e linguagens são continuamente convocadas por sistemas de comunicação multimodal, onde a linguagem verbal (oral ou escrita) e a imagem sustentam-se de maneira recíproca. Sobre isto, Gonçalves (2012: 74) remete-nos para os conceitos e entendimentos de Jaworski e Thurlow (2010: 1-2) para explicar como os autores ultrapassaram os limites da pesquisa apenas de signos linguísticos e consideraram a interação entre a linguagem verbal e não-verbal, o discurso visual e as práticas e dimensões espaciais da cultura, especialmente a mediação textual ou construção discursiva do lugar e o uso do espaço como recurso semiótico, subjacente à noção de paisagem semiótica. Gonçalves (2012: 74) define a paisagem semiótica como sendo qualquer espaço público, com inscrição visível feita através de intervenção humana deliberada e criação de significado, havendo, portanto, uma construção sociocognitiva do lugar e dos seus interlocutores. Reportando-nos a Sousa & Lourenço (2012: 17), e a respeito dos códigos da cidade, e das interações possíveis entre os cidadãos, segundo as conceções de Austin (1975) e Searle (1969), inferimos que a análise da linguagem nos planos urbanísticos recai necessariamente nos domínios da sociolinguística e da pragmática na medida em que se trata do género deliberativo podendo praticar atos como a concessão de direitos, a proibição, a prescrição e a concessão, conforme o código

cultural, a norma legal e a ideologia (Cao, 2007: 14). Nessa linha de raciocínio, e não pretendendo esquecer as múltiplas investigações no âmbito da linguística descritiva e aplicada, sob pena de dispersar a abordagem deste estudo, que se pretende breve e conciso, o que nos importa observar e refletir prende-se com a sinalética específica existente num contexto cosmopolita como o da Madeira (Moniz, Pinheiro, Coelho, Sousa & Pinheiro, 2018: 11-12), observada um pouco por toda a cidade do Funchal¹. Por outras palavras, propomos observar como a sociedade gere o seu acesso aos meios linguísticos e comunicativos (Mey, 2001: 6) de modo a produzir, reformular e a reinterpretar conceitos e ideologias estudando o modo como a relação entre estruturas sociais, cognitivas e discursivas permite adentrar no terreno social onde as relações de dominação e poder acontecem (Peres-Neto, 2012: 13). Isto é particularmente explorado à luz da Análise Crítica do Discurso (ACD), ou seja, uma área de investigação do discurso que estuda, em primeiro lugar, o modo como “*social power abuse, dominance, and inequality*” são postos em prática, o modo como são reproduzidos e o modo como se lhes resiste, no plano enunciativo, no contexto social e político (Van Dijk, 2005: 19). Segundo a definição de *pragmática*, que diz respeito à área da linguística que estuda os princípios da linguagem em situação de uso - do literal para o figurado, do implícito para o explícito -, o locutor (o emissor), o alocutário (o recetor) e o contexto são as categorias principais que determinam a interpretação de enunciados².

Mais especificamente, sob a perspetiva da pragmática, o significado das palavras decorre de uma função da ação ou ações que com elas se praticam ou podem praticar, tendo em consideração o modo como os fatores contextuais determinam o modo de agir linguístico³. A isto denominamos *práticas*⁴, e estas dizem respeito aos modos particulares

¹ Através de Van Dijk (1998: 74) compreendemos como os valores desempenham um papel central na construção de ideologias. Estes, em conjunto com as ideologias, são a referência de avaliação social e cultural e, assim, como o conhecimento e as atitudes, estão localizados no domínio da memória das crenças sociais (Van Dijk, 1998: 74). Por outras palavras, não tomamos valores como abstrações sociais ou sociológicas, mas como objetos mentais compartilhados de cognição social (Van Dijk, 1998: 74).

² Baseado na definição disponível em <http://www.portaldalinguaportuguesa.org/?action=terminology&act=view&id=404> (Dicionário de Termos Linguísticos - Portal da Língua Portuguesa (portaldalinguaportuguesa.org)).

³ Baseado na definição disponível em <http://www.portaldalinguaportuguesa.org/?action=terminology&act=view&id=404> (Dicionário de Termos Linguísticos - Portal da Língua Portuguesa (portaldalinguaportuguesa.org)).

⁴ Informação baseada nos dados disponíveis em <https://www.dicio.com.br/pratica/> (*Prática - Dicio, Dicionário Online de Português*).

e comuns como os interlocutores interagem ou realizam ações. A propósito, Sousa & Lourenço (2012: 17) remetem, igualmente, para Maingueneau (1997) para expandir o raciocínio anteriormente expressado e acrescentar que os discursos/modos no espaço urbano estão imbuídos de convenções que regulam as relações entre os indivíduos ao nível institucional, conferindo a todos e a cada um papel na atividade da linguagem.

Relevância

Seguindo Domke (2015: 1), este estudo pretende refletir sobre a importância da sinalética pública, painéis publicitários, graffiti e sinais comerciais que moldam a organização dos lugares, os quais têm sido analisados segundo diferentes perspectivas: etnográfica, sociolinguística, linguístico-discursiva e (geo-)semiótica. Mediante o cariz cultural e cosmopolita da sinalética presente nos espaços urbanos (Jaworski, 2015: 217) aludimos ao facto da sinalética pública refletir e regular a estrutura do espaço em que opera, contribuindo para a sua organização e regulação, definindo os aloctários e selecionando os públicos que serão destinatários de restrições, convites, normas de conduta, entre outros⁵ (Blommaert, 2012: 47-48). Mais do que uma mera listagem de evidências linguísticas, ou inventários lexicográficos, para mapeamento dos espaços, este estudo pretende perceber e interpretar a sinalética urbana de um contexto particular, no espaço lusófono, seguindo, por exemplo, Fernandes (1987: 87), que nos remete para a análise dos letreiros. Nas suas palavras, os letreiros, enquanto elementos comunicantes, refletem a cultura do meio onde existem ou existiram e, como tal, traduzem as posturas comportamentais de quem comunica, possibilitando novas perspectivas na abordagem e na definição dos quadros de vida (Fernandes, 1987: 87).

Objeto de estudo

Ao longo da nossa investigação, iremos apresentar um número considerável de imagens, num total de cinquenta e seis representações visuais, designadamente fotos da nossa

⁵ Nesta linha de raciocínio, recorreremos a Ferencik (2015: 367) para explicarmos o seguinte: “A pesquisa linguística da paisagem centra-se na dinâmica da vida social, conforme indexado pelo desdobramento de objetos linguísticos no espaço público, que inclui “todos os espaços da comunidade ou da sociedade que não sejam propriedade privada, como ruas, parques ou instituições públicas” (Ben-Rafael, 2009: 41) e que está “exposto ao olhar do público” (Ben-Rafael, Shohamy & Barni, 2010: xiv)”.

própria autoria e que servirão apenas para ilustração, descrição e fundamentação dos pressupostos e considerações teóricas subjacentes à retórica urbana, pela análise linguística e discursiva da comunicação multimodal, desenvolvidos mediante a progressão textual. Consideramos, por isso, ser da nossa responsabilidade esclarecer que, de forma alguma, as fotografias selecionadas, para análise, serão usadas como forma de crítica política ou social, nem devem, sobre qualquer pretexto, ser entendidas como tal. A sinalética urbana presente na cidade do Funchal oferece-nos narrativas bastante elucidativas sobre o modo como os centros urbanos têm vindo a tornar-se, através de uma evolução gradual, em montras de exposição sobre as diferenças e semelhanças, tensões e partilhas que pontuam as línguas e linguagens em apreço⁶. No ponto fulcral que constitui o centro da cidade, a forma como a informação não verbal (visual), em conjunto com a informação verbal (escrita), portanto de cariz multimodal, presente nos espaços urbanos, é ostentada em sinais privados e institucionais, constitui o foco do nosso interesse, dada a concentração e diversidade da sinalética no espaço urbano em apreço.

Para tal, inserimos uma representação visual do contexto em estudo, nomeadamente da própria Ilha da Madeira (Mapa 1) e da cidade do Funchal (Mapa 2). No primeiro caso, o mapa inclui informação relevante relativa à escala e à descrição essencial da orografia da ilha e da cidade do Funchal e inclui informação pictográfica relativa às características mais importantes, particularmente do ponto de vista do visitante⁷. No mapa do Funchal, a área urbana, na qual se situa a maioria dos exemplos a que se refere o nosso trabalho, aparece destacada através de uma cor diferente, o que ajuda a esclarecer que esses casos se verificam numa zona central e importante da cidade. Sublinhamos, assim, a sua relevância, havendo estudos já publicados que comprovam um interesse particular nesta zona central da capital tais como, por exemplo, *O comércio do centro do Funchal: leitura*

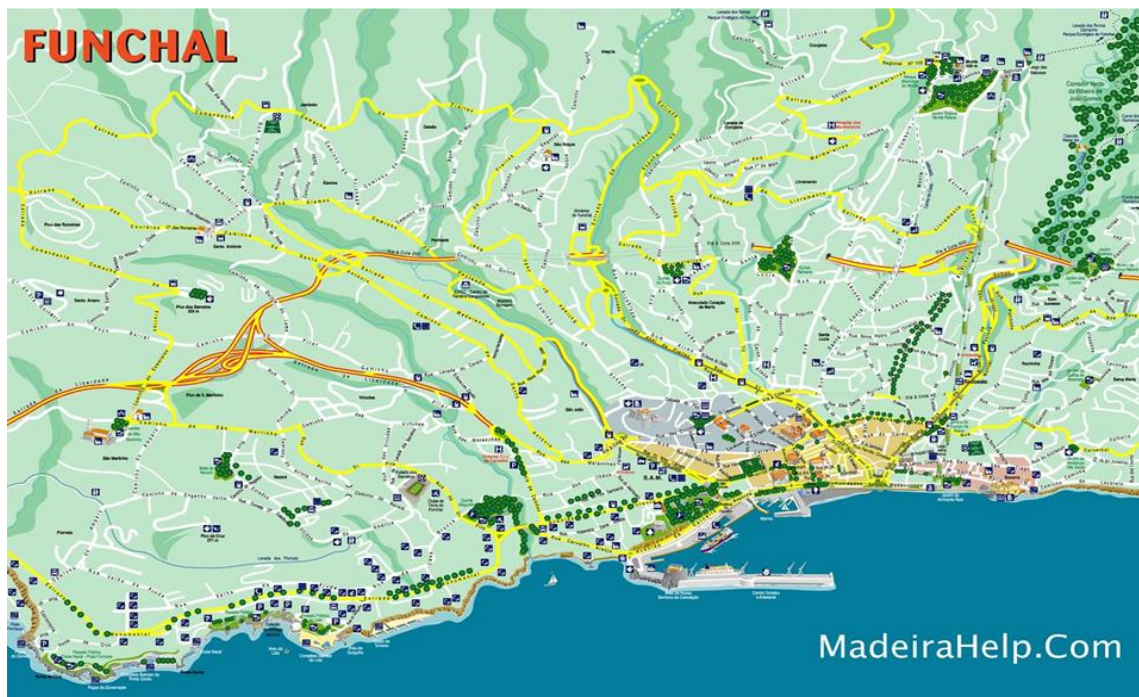
⁶ Segundo a informação disponível no *site* <https://estatistica.madeira.gov.pt/32-uncategorised/90-censos-ram.html> (Censos RAM (madeira.gov.pt)), a capital madeirense compreende atualmente uma população residente de 253,923 indivíduos. É importante indicar que os dados mais recentes remontam até ao ano de 2020.

⁷ Assinalam-se os diversos ícones num espectro cromático normalizado e que contribui, eficazmente, para uma perceção genérica da distribuição geral de serviços, pontos de interesse patrimonial e paisagístico e outros itens relevantes, sem a obstrução de informações excessivamente detalhadas.

da lógica da internacionalização e das ligações global-local, de Gomes (2000) ou *Comércio tradicional e pedonização no centro do Funchal*, de Costa (2013).



Mapa 1. Ilha da Madeira [Fonte: MadeiraHelp.com, retirado de <https://cheveuxcrepusfrun.blogspot.com/2017/07/mapa-da-madeira-para-imprimir.html?m=0>].



Mapa 2. Cidade do Funchal [Fonte: MadeiraHelp.com, retirado de <https://mapasblog.blogspot.com/2012/08/mapas-de-funchal-madeira.html>].

Problemática

Fundamentando-nos em Castells (2010: 72), defendemos que a globalização e a sociedade de informação standardizada, promulgadas por redes de riqueza, tecnologia e de poder, estão a transformar o nosso mundo, aumentando a nossa capacidade produtiva, criatividade cultural e potencial de comunicação.

É através de Bhatt & Bolonyai (2019: 3-4) que compreendemos como há um consenso geral entre linguistas de que o objeto de investigação linguística, a linguagem humana, em geral, e as línguas, em particular, possuem um potencial comunicativo notável. De acordo com Wales (2011: 71), através da definição sugerida no *Dictionary of Stylistics*, comunicação é, em geral, o processo de troca de informações ou mensagens, e a linguagem humana, na fala e na escrita, é o sistema de comunicação mais significativo e complexo. À luz das reflexões de Silvestre (2010: 90), salientamos que a linguagem não é um sistema isolado de signos inerentes à comunicação, mas exige a referência a outros sistemas na construção de sistemas de significação. Mais ainda, falamos também sobre os processos cognitivos subjacentes à construção de sentidos numa dimensão social e cultural, por vezes desvalorizada, segundo Silva (2010: 28), na perspetiva cognitiva da linguagem.

Mas é essencial, antes de falarmos de linguagem, destacarmos o conceito de língua natural⁸ (cf. Saussure, 1916) sendo que se trata de um sistema de comunicação verbal que se desenvolve espontaneamente no interior de uma comunidade (exs.: as línguas portuguesa, inglesa, francesa, entre muitas outras línguas indo-europeias e mesmo outras de cariz icónico) opondo-se à língua artificial⁹. Esta definição pode ser ainda mais enriquecida recuando à aceção de Saussure (1916: 17), quando nos diz que língua não se confunde com linguagem, sendo somente uma parte determinada, embora indubitavelmente essencial, dela. Contrariamente à linguagem, a língua é um todo

⁸ Mediante a nossa investigação aludimos à importância sobre como o ser humano usa a linguagem (natural na aceção de Saussure) no processo comunicativo, sendo que a pragmática, baseando-se na premissa que o processo de comunicação envolve uma negociação e produção de sentidos, explícita e estuda o modo como estas afetam e efetivam o uso da linguagem nas múltiplas interações humanas (Mey, 2001: 6).

⁹ Baseado na definição disponível em <http://www.portaldalinguaportuguesa.org/?action=terminology&act=view&id=3738> (Dicionário de Termos Linguísticos - Portal da Língua Portuguesa (portaldalinguaportuguesa.org)).

integrado e um princípio de classificação, constituindo-se como algo que é adquirido e convencional, devendo subordinar-se ao instinto natural em vez de adiantar-se a ele (Saussure, 1916: 17)¹⁰. Da mesma maneira, é, ao mesmo tempo, um produto social da faculdade de linguagem e um conjunto de convenções necessárias, adotadas pelo tecido social, para permitir o exercício dessa faculdade nos indivíduos (Saussure, 1916: 17). Completamos ainda mais os raciocínios anteriormente explorados apontando que a linguagem corresponde à capacidade humana de comunicar através do uso sistemático e convencional de sons, sinais ou símbolos escritos sendo um termo que se pode estender para exprimir outros conceitos tais como os meios de comunicação dos animais ou os sistemas de programação em informática¹¹. Na aceção de Vieira & Silvestre (2015: 116) dizemos que o entendimento de linguagem verbal é o de um sistema semiótico de entre uma diversidade de outros sistemas semióticos que constituem os vários recursos disponíveis na comunicação, sendo que o termo linguagem não abarca apenas a aceção da linguagem humana, mas as várias linguagens naturais e convencionais existentes como recursos comunicativos que coocorrem e interagem na construção da produção de sentido¹².

Diz Martinet (1967: 6) que, uma vez que não constituem dados primários, essenciais, mas, sim, produtos da vida em sociedade, as instituições não são imutáveis, mas sim suscetíveis de variar sob a pressão de necessidades diversas e a influência de outras comunidades¹³. Deste modo, compreendemos como as línguas presentes na paisagem linguística não funcionam necessariamente como meio de comunicação funcionando mais simbolicamente do que como uma ferramenta de comunicação; os itens da *LL* estão mais relacionados com o uso da linguagem no seu ambiente direto e indireto se o objetivo for

¹⁰ A este respeito, Chomsky (1967) desenvolve esta aceção afirmando a capacidade inata do ser humano de adquirir a estrutura de uma língua.

¹¹ Baseado na definição disponível em <http://www.portaldalinguaportuguesa.org/?action=terminology&act=view&id=3738> (Dicionário de Termos Linguísticos - Portal da Língua Portuguesa (portaldalinguaportuguesa.org))

¹² De acordo com Newfield (2009:1), estes recursos aplicam-se a vários domínios e disciplinas como aos meios de comunicação, às artes, ao campo da representação e da comunicação, à semiótica, à antropologia, à arquitetura, à psicologia e à educação.

¹³ Referenciando Saussure (1916: 24) quando se menciona que a língua é uma instituição, que se distingue por vários traços pertencentes a outras instituições: políticas, jurídicas, etc., sendo que, o que devemos perceber é o modo como a língua é um sistema de signos que exprimem ideias, sendo comparável, por isso mesmo, à escrita, ao alfabeto dos surdos-mudos, aos ritos simbólicos, às formas de cortesia, aos sinais militares, entre muitos outros, constituindo apenas o principal desses sistemas (Saussure, 1916: 24) .

compreender como a linguagem funciona num determinado contexto (Gaiser, 2014: 43). É igualmente, importante perceber como a ideia de contexto tem que ser entendida como muito mais do que um simples conjunto de circunstâncias à volta de um acontecimento ou de uma situação comunicativa.¹⁴ Também segundo Mey (2001: 6), a comunicação em sociedade ocorre principalmente pelo uso da linguagem, mas, são os utilizadores da linguagem que, como seres sociais, se influenciam mutuamente nas múltiplas interações e utilizam a linguagem na construção das premissas da sociedade. Assim sendo, de acordo com Tafelska (2015: 218) a linguagem e a realidade contextualizam-se sendo que é através da linguagem que, em grande parte, os seres humanos constroem e navegam nas suas representações mentais do mundo permitindo-se negociar sentidos de modo criativo e inovador (Milozzo e Gattolin, 2019: 110). Nesta linha de pensamento, Kress e Van Leeuwen (2006: 16) apontam que a escrita e a imagem estão numa relação cada vez mais instável e, como tal, segundo a interpretação dos discursos linguísticos multimodais, inferimos que a realidade é percebida de forma indireta, através de filtros e que, por conta disso, a perceção objetiva não é possível na cognição humana (Tafelska, 2015: 217).

Questões de partida

Desenvolvemos o nosso projeto mediante as seguintes premissas de investigação: *De que forma é que a comunicação é potenciada pela sinalética observada no contexto urbano?* e *De que forma é que a sinalética é representativa ou não da realidade que retrata?* Através destas mesmas interrogações, bem como através de todos os exemplos que serão apresentados e da discussão de hipóteses baseadas na evidência visual, ao longo da nossa investigação procuraremos as respostas necessárias para chegarmos a conclusões pertinentes.

Assim sendo, à partida, **pressupomos se, no contexto específico da cidade do Funchal, existe alguma relação entre o translinguismo e a sinalética urbana que acaba por tornar-se indissociável do lugar e se, de igual forma, no âmbito da capital**

¹⁴ Dados disponíveis em <https://dicionario.priberam.org/contexto> [Dicionário Priberam da Língua Portuguesa]. Acrescentamos, ainda segundo Gee (2005: 57), como isso inclui o cenário material, as pessoas presentes (e o que elas sabem e acreditam), a linguagem que vem antes e depois de um determinado enunciado, as relações sociais das pessoas envolvidas e as suas identidades étnicas, de género e sexuais, bem como fatores culturais, históricos e institucionais.

madeirense, o translinguismo permite sempre a criação de relações de grupo inclusivas.

Metodologia

Consideramos ser necessário explicar que, na nossa pesquisa de natureza exploratória, empírica, baseada num estudo de caso, **existem duas secções distintas dedicadas à justificação e descrição da metodologia adotada.**

Optámos por esta divisão porque, no decurso da nossa investigação, são adotados diferentes procedimentos no que diz respeito ao nosso objeto de estudo: a sinalética urbana.

Assim, numa primeira instância, temos a análise das fotografias que aparecerão ao longo do nosso estudo e que foram recolhidas com o objetivo de servirem como ilustração e fundamentação de conceitos, remetendo-se para uma averiguação empírica relacionada com a presença de translinguismo na cidade do Funchal.

Numa segunda instância, temos os estudos de caso que dizem respeito a uma pequena amostra de quatro produtos ligados a um tipo específico de sinalética que comporta marcas de identidade. Como tal, os itens selecionados contribuem para responder a questões relacionadas com a necessidade de invocar características típicas associadas à cidade do Funchal, e que permitem que a cidade seja um exemplo de destaque face à crescente standardização dos centros urbanos.

Assim, numa primeira fase, **faremos numa breve incursão sobre o espaço urbano relacionada com o contexto, refletindo sobre a sinalética urbana, à luz da revisão teórica e dos conceitos-chave da dissertação.**

Por último, numa etapa mais avançada, **apresentaremos os estudos de caso referentes à sinalética urbana identitária, relativa a um espaço lusófono**, nomeadamente no contexto da Ilha da Madeira, que evidenciam e vinculam traços de translinguismo.

Procedimentos, técnicas e seleção do corpus

Devido a toda a emergência relacionada com o Coronavírus, a aquisição de material fotográfico teve de ser planeada com antecedência visto não existir garantia que seria possível uma coleta de dados mais tardia. O método utilizado para a realização do nosso

estudo foi baseado numa abordagem qualitativa e recolha por acessibilidade. Os dados coletados foram adquiridos através de uma recolha de imagens (pesquisa empírica) que se focava especificamente na sinalética urbana presente na cidade do Funchal. Consideramos necessário dizer que foram anexadas 7 imagens novas fora do tempo programado no nosso Cronograma e, devido à qualidade insatisfatória, duas foram melhoradas/clareadas digitalmente. Nenhuma imagem foi substituída, mas, à relação pouco adequada da realidade ilustrada com o argumento que se pretendia exemplificar, tal foi levado em conta, mas, no fim, considerámos que a nossa amostra era ilustrativa para as nossas pretensões.

No que respeita à recolha do corpus, constituído por material fotográfico, de natureza multimodal, procedeu-se, principalmente em duas áreas distintas da cidade do Funchal: na freguesia de Santa Maria Maior, onde se situa a designada Zona Velha, e na freguesia da Sé, num trajeto que se estende desde o Largo Severiano Ferraz até ao centro comercial *La Vie* e ruas circundantes (incluindo a Avenida do Infante), durante um período compreendido entre fins de Junho até princípios de Julho. O clima de desconfiança devido à pandemia vigorava, porém não nos criou quaisquer obstáculos. As imagens focam-se em vários tópicos de relevo investigativo relacionados com todas as sinaléticas - tanto privada como institucional que se podem observar na capital madeirense -, mas, na sua maioria, em letreiros de estabelecimentos comerciais, na publicidade afixada nas montras das lojas e restaurantes e, ainda, em sinalética de informação.

Foi estabelecido um limite máximo de 50 fotografias para evitar o excesso de informação e permitir uma eventual análise mais apurada. No entanto, é importante referirmos que o número originalmente estipulado foi excedido para um resultado final de 111 imagens. Este contratempo não ocorreu por falta de atenção nem de cuidado, mas, sim, porque pudemos constatar muito mais material do que foi originalmente pretendido. Ainda assim, como, numa fase mais avançada, também foram acrescentadas mais 7 fotografias ao conjunto de fotos já selecionado, pois houve signos visuais que não tinham sido considerados, e cujas características seriam convenientes para a nossa análise à luz do conceito de translanguismo, por consequência, terminámos com uma amostra de 115 fotografias.

Relativamente à organização dos ficheiros, as fotografias selecionadas foram compiladas e divididas em duas categorias principais: sinalética privada e sinalética institucional guardadas em duas pastas. No entanto, devido à grande variedade de material fotográfico, houve uma necessidade de, dentro das duas pastas anteriormente mencionadas, criar subcategorias para melhor distribuir e classificar todas as imagens fotográficas, por exemplo *Letreiros Comerciais*, *Sinalética exposta nas Montras e Placardes das Lojas*, *Sinais de Informação*, entre outros.

Nesta fase introdutória da explicitação metodológica, é necessária a referência, ainda que sucinta, à **técnica de seleção de imagens e análise de conteúdo**. Tivemos de ter em mente que, devido ao grande manancial de imagens, necessitaríamos de reduzir o Corpus para um número mais manuseável. Para esse efeito, foi proposta uma análise de conteúdos através dos quais, numa primeira instância, as fotografias deveriam de ser analisadas sob um carácter puramente físico e descritivo, ou seja, enquanto signos visuais.

Já numa segunda fase, foi realizado um exame baseado na procura de padrões significativos que não são prontamente considerados numa leitura imediata (i.e., símbolos culturais, referências históricas, etc.).

Alguns poderiam ser de ordem histórica (afinidade tecnológica; cf. Ravelli & Van Leuween, 2018); outros de ordem estética-política (afinidade de linguagem visual/ideologia imagética; cf. Van Dijk, 1998; 2005; 2008) e alguns seriam ainda de ordem sociológica-psicológica (afinidade da estratégia de sedução-compulsão; cf. Barthes, 1981). Do mesmo modo, também não nos seria possível utilizar todas as fotografias que fossem examinadas pelo que foi elaborada uma segunda seleção de imagens, desta vez somente **as que fossem consideradas as mais emblemáticas**.

Por emblemáticas, **entenda-se as mais representativas para os contextos linguístico-discursivos e visuais que pretendemos abordar**, ou seja, as que melhor se enquadram para ilustração e exemplificação dos tópicos abordados neste estudo sendo que pudemos anexá-las prontamente ao texto escrito o que, por sua vez, permitiu uma exposição fundamentada. **Assim, selecionámos, no total, 56 fotografias que podem ser observadas ao longo da nossa exposição.**

Por último, mencionamos a questão premente da delimitação da amostra para a análise de produtos identitários que se destacam no contexto sociocultural da Madeira,

dada a sua relevância para a temática em apreço nesta dissertação. Existe uma grande variedade de itens representativos da identidade sociocultural madeirense¹⁵ espelhada na sinalética representada no material fotográfico selecionado, objeto de análise no capítulo dois, à luz do enquadramento teórico. Esta análise é seguida de um estudo de caso mais detalhado, de quatro produtos de consumo, muito conhecidos e presentes na memória individual e coletiva dos cidadãos, no contexto cosmopolita madeirense e além-mar, **a saber: a Coral, a Laranjada, a Brisa, e as Bolachas Santo António.**

Capítulo 1. ENQUADRAMENTO CONTEXTUAL E TEÓRICO

Neste primeiro ponto do nosso estudo, iniciamos a nossa investigação procurando desvendar como é que o translinguismo se insere na nossa realidade sociocultural, mediante o contexto urbano da cidade do Funchal e de que modo é que este se vem enquadrando nas nossas vivências. Na aceção de Gorter & Cenoz (2015: 1), as ruas de uma cidade desenvolvem-se em espaços onde uma crescente panóplia de línguas coexistem devido aos processos da globalização, que deixa traços de outras línguas em quase todas as paisagens linguísticas¹⁶. Com efeito, observaremos as fases pelas quais o Funchal passou e que viabilizaram, atualmente, um diálogo ilimitado entre línguas e linguagens, que se reflete, por sua vez, em novas transformações da paisagem urbana. Mais ainda, procuraremos demonstrar como as dimensões do *local* e do *global* que se combinam em formas dinâmicas e complexas e que são, simultaneamente, influenciadas por regras e regulamentos bem como por novas estratégias criativas de *design* da sinalização, pela tecnologia e pela interação com os transeuntes, leitores das paisagens linguísticas (Gorter & Cenoz, 2015: 1), contribuíram para criar uma cidade singular.

1. Contexto sociocultural: Funchal (Madeira)

É, hoje, consensual afirmar que uma sociedade sem passado dificilmente conhecerá um bom e sustentável futuro dado que o estudo e a preservação da memória passada é essencial para a compreensão do presente e, por conseguinte, para a construção do futuro (Carita, 2020: 13). Segundo Carita (2013: 237), as décadas finais do século XX, com a

¹⁵ Estes vão desde o próprio património arquitetónico até a peças de artesanato, sendo que poderíamos ter escolhido todo um manancial de objetos de estudo relevantes.

¹⁶ Realçamos como este processo de interação indicia a disseminação da língua inglesa, de nomes de marcas globais e do uso de línguas migrantes e minoritárias, entre outros (Gorter & Cenoz, 2015: 1).

implantação de um novo regime político em Portugal e a progressiva conquista da autonomia na Região Autónoma da Madeira, cimentaram a competitividade do Funchal como um importante pólo de turismo internacional, consolidadas que se encontravam as acessibilidades aéreas e marítimas, completadas localmente por uma importante rede viária. Adicionalmente, a criação de uma universidade para a formação dos futuros quadros locais, bem como de outras infraestruturas, abriram e quebraram, entretanto, o antigo isolamento, criando um novo espaço interdisciplinar apoiado nos novos meios de comunicação, pronto a fazer face a uma sociedade global que se pretende de desenvolvimento sustentável, mas assente num passado patrimonial e cultural de 500 anos de História como Cidade, decididamente direccionada para o futuro, na aceção de Carita (2013: 237). Deste ponto de vista, numa época em que se verifica uma progressiva dissolução dos marcadores tradicionais do tempo e do espaço, num imediatismo desenfreado, globalizado e potenciado pelos novos meios de comunicação, parece-nos cada vez mais importante a preservação da nossa memória coletiva para sabermos onde estamos e quem somos (Carita, 2020: 13).

1.1. Breve incursão diacrónica

A Madeira, desde o início do seu povoamento, é um centro de passagem e fixação de indivíduos (Carita, 2008: 5) que, quer se tenham estabelecido permanentemente ou estivessem apenas de passagem, contribuíram de alguma forma para a projecção da imagem da Ilha no Mundo desde a Era dos Descobrimentos (Carita, 2008: 7-8). à da Contemporaneidade (Carita, 2008: 159). Vieira (2008: 95) adianta, ainda, que a Madeira:

Foi uma das primeiras regiões turísticas do mundo, mantendo uma constância de afirmação do sector desde o século XVIII até ao presente. Poucas regiões turísticas assumiram tal constância. A hospitalidade madeirense, uma referência histórica desde o século XV, contribuiu para firmar a posição. O fenómeno afirmou-se de forma espontânea a partir do século XVIII e obrigou as autoridades e sociedade civil a criarem condições para a receção de todos os forasteiros.

Neste ponto da nossa dissertação interessa-nos mencionar sumariamente as fases pelas quais o turismo da Madeira passou, permitindo a receção de públicos tão diversificados, e como é que as transformações operadas configuraram-no tal como o conhecemos

atualmente. Esta evolução face à atividade turística não ocorreu de forma abrupta. Aludindo à obra *A Madeira e o turismo: pequeno esboço histórico*, de Silva (1985), Marujo (2013: 3) refere que existiram duas épocas para o início do turismo madeirense: a “colonial”¹⁷, nos séculos XV-XVIII e a “terapêutica”, no séc. XIX e início do séc. XX sendo que, cada época assenta na dependência da navegação atlântica, na atração exercida pela beleza paradisíaca da Ilha e no clima ameno. No entanto, é importante realçarmos como, nesta primeira fase relacionada com o povoamento e comercialização, a referência a turismo faz-se a partir de uma concetualização atual, dificilmente correspondendo a um processo similar à realidade ao qual este conceito, hoje, se reporta. O período mais marcado pela mudança ocorre posteriormente, mais precisamente na segunda metade do século XVII (Vieira, 2008: 100), e outros fatores – já não ligados com o caráter de exploração - motivaram a transformação e mudança do período anteriormente denominado por “turismo colonial” para o “turismo terapêutico”. São motivos ligados à medicina e à saúde que se destacam nesta fase de transformação e que impulsionam uma nova forma de atividade turística, porém o fator de férias e lazer ainda não lhe é associado. Neste período, a epidemia da tuberculose, que assolava a Europa, motivou a procura de um refúgio para o alívio e a cura das maleitas associadas a doenças pulmonares; todavia, o fator de mudança é, como já o mencionámos, relacionado com os domínios medicinal e terapêutico, o que é constatado por Vieira (2008: 102):

O turismo na Madeira começou como uma forma de busca da cura para a tísica pulmonar. Foi este movimento que paulatinamente contribuiu para que se transformasse rapidamente numa realidade. Na verdade, a partir da segunda metade do século dezoito foi a revelação da Madeira como estância para o turismo terapêutico, mercê das qualidades profiláticas do clima na cura da tuberculose, o que cativou a atenção de novos forasteiros.

¹⁷ Neste contexto, aconselhamos prudência quanto ao entendimento do conceito “colonial” porque, em termos históricos, a Madeira nunca foi considerada como uma colónia sendo, na verdade, vista como uma natural extensão ultramarina do território (originalmente, do Reino). Em grande medida, em termos políticos, e no período colonial, foi o facto de não ser habitada que determinou esta conceção que virá a ser importante nos séculos seguintes, mesmo que, no terreno, não fossem evidentes os efeitos do estatuto preconizado. Neste caso, a aceção comportada pela noção de “colonial” tem que ver como, na época, a Madeira se afigurava como uma plataforma de passagem para diversos continentes, sendo, também, conhecida como a primeira diocese global.

A este respeito, Vieira (2008: 95) salienta, ainda, que, apesar de toda a infeliz situação relacionada com a tuberculose, foi esta que, ao longo do século XIX (Vieira, 2008: 101) propiciou aos madeirenses o convívio com poetas, escritores, políticos e aristocratas, residentes e não residentes de várias nacionalidades. Decorre, portanto, a interação dos cidadãos no contexto rural e urbano marcado pelo uso de vários idiomas em contacto e com um impacto na variante do português falado na Madeira (cf. verbete sobre línguas em contacto no Dicionário “Aprender Madeira”). Na aceção de Silva (1985), Marujo (2013: 4) indica que este foi o primeiro passo dado para que a classe médica comesse a recomendar a estadia no Funchal como a mais propícia para determinados tratamentos relacionados com problemas respiratórios o que foi reportado em vários livros e jornais especializados da época¹⁸.

Por conseguinte, foi o clima que, segundo as investigações de Gama (2011), referenciadas por Marujo (2013: 4), torna-se o principal elemento promotor das potencialidades turísticas da Ilha. Mas Marujo (2013: 4) reporta-se a Silva (1985: 7) para acrescentar que esta situação também esteve dependente da conjuntura europeia no início do séc. XIX, em que as guerras liberais europeias bloquearam as vias de acesso às estâncias de cura do sul da Itália e da França, desviando para a Madeira o fluxo marítimo que era destinado a essas zonas, integrando ingleses, americanos, alemães e russos. Foi, então, a partir dos anos 80, do século XIX, que, segundo Marujo (2013: 5), baseando-se nas premissas de Câmara (2002: 177), a Madeira passou a ser conhecida como uma “estância de férias” perdendo a conotação de estância de saúde. O Funchal abriu-se para uma nova realidade onde não só os habitantes locais e residentes podiam comunicar com os cidadãos não-locais, não-residentes e visitantes sem que as barreiras linguísticas e culturais pudessem causar muita interferência, como também possibilitava que o reverso acontecesse, superando-se, em certa medida, os obstáculos linguístico-culturais. Como tal, ao expandir as capacidades comunicativas também se permitiu uma compreensão efetiva – ou o mais completa possível - de todas as informações vigentes codificadas no espaço urbano em

¹⁸ Silva (1985), indica-nos, inclusivamente, várias obras tais como: a *Philosophal transaction*, da autoria de Thomas Hemberden, escrita em 1751, onde enumera as qualidades do clima madeirense e os seus efeitos terapêuticos; *On consumption of medical observation*, de Fothergill (1775); *Guide to Madeira with an account of the climate*, de Adams (1801) e *Observations on the natural history, climate and diseases of Madeira during a period of sixteen years*, de William Gouklay (1811). Indica também as inúmeras visitas de intelectuais estrangeiros e nacionais (ex.: Júlio Diniz, Antero de Quental, Olavo Bilac, etc.), e ainda personalidades ilustres no campo político (ex.: Príncipe Alexandre dos Países Baixos e a Princesa Amélia do Brasil).

várias línguas algumas das quais pluricêntricas (língua portuguesa, língua inglesa, língua espanhola) e num processo dialógico de interação no espaço insular.

1.1.1. Contacto linguístico e cultural

As línguas, cada vez mais, interligam-se num empréstimo contínuo de interpretações ilustrando uma nova realidade inerente a todos onde é possível encontrar vários idiomas que interagem invariavelmente num mesmo espaço. Tal é corroborado por Wachendorff (2016: 7) inspirada nas observações de Backhaus (2007: 145), quando nos diz que a cidade é um lugar de coexistência e competição entre diferentes línguas e os seus *scripts*, numa relação de interação e interferência produtiva num determinado lugar. Por via deste entendimento, introduzimos o conceito de contacto linguístico (em inglês *language contact*) evidenciado, por exemplo, ao nível do léxico, da fonética/fonologia, sintaxe e etnografia nomeadamente através do uso de empréstimos, neologismos, pidgins e crioulos¹⁹. De acordo com Bussmann (2006: 640), no *Routledge Dictionary of Language and Linguistics*, o contacto linguístico baseia-se numa situação em que duas ou mais línguas coexistem num mesmo estado, nação ou país e em que os falantes utilizam essas diferentes línguas alternadamente, todavia de forma consistente no que respeita, por exemplo, ao uso da sintaxe, do léxico e da fonologia, em situações específicas (estando implícito o denominado *codeswitching*, em língua inglesa). Por sua vez, a partir de Blommaert (2010), citado por Canagarajah (2016: 449), também compreendemos como os recursos linguísticos são flexíveis e permeáveis à mudança, ao contacto livre e uso por comunidades distintas, gerando novas gramáticas e significados²⁰. A título de exemplo, o vocábulo *stefan*, tal como nos explicam Sousa (2018: 7), Nunes (2014: 359) e Albuquerque (2011), é um nome comum que foi incorporado na linguagem popular madeirense, após surgirem os primeiros carros na Ilha, a partir de 1904, os quais incorporavam uma roda sobressalente, então desconhecida pelos locais que naturalmente quiseram distinguir a nomeação do referente por oposição a outro tipo de roda. A mesma

¹⁹ Do mesmo modo, as influências mútuas podem ser demonstradas a todos os níveis de descrição sendo que estes contactos linguísticos podem ter uma base política, histórica, geográfica ou histórico-cultural (Bussmann, 2006: 640).

²⁰ Neste caso específico, observamos, conforme as línguas em contacto, como, por exemplo, podem surgir grafias que divergem muito das fonias.

acabou por ser referida pelo hipónimo *stefan*, correspondente à adaptação fonológica e morfossintática do lexema (nome próprio), em língua inglesa (*Stepney Road Grip*), para a língua portuguesa nativa: por associação e adaptação, começou a usar-se o nome próprio *Stepney* para nomear a própria roda, passando a nome comum e alterando-se a sua grafia: *stefan*, segundo a estrutura da língua portuguesa (cf. Sousa, 2009a, 2009b, 2017, 2018a, 2018b; Leuckert, Neumaier & Yurchenko, 2021). Mais do que um processo linguístico, está subjacente um processo de cognição social. Esta realidade é apenas reconhecida neste contexto insular no espaço lusófono.

Assim, apesar do renovado interesse antropológico pelos problemas do contacto da língua e da cultura, Weinreich (1953: 5) salientou, nos anos sessenta do século passado, que os estudos não desfrutavam de ampla coordenação, e a relação entre os dois campos não era devidamente definida, o que é largamente estudado no âmbito da sociolinguística e da linguística aplicada no século XXI, por exemplo por Jaworski (2015: 217–235). Seguindo Pennycook (2010: 1), a ideia de que as línguas são sistemas de comunicação usados por pessoas em diferentes contextos deverá incluir uma visão da língua como uma prática local em que as línguas são um produto das atividades profundamente sociais e culturais nas quais os falantes/atores sociais se envolvem²¹. À luz de Kramsch & Whiteside (2008: 667), os encontros multilingues aumentam as superfícies de contacto entre sistemas simbólicos e, conseqüentemente, o potencial de criação de múltiplos significados e identidades. Assim, na perspetiva moderna, no âmbito da ecolinguística, “*symbolic competence is both semiotic awareness (Van Lier, 2004) and the ability to actively manipulate and shape one’s environment on multiple scales of time and space*” (Kramsch & Whiteside, 2008: 667). De acordo com Labov (1976: 45), apontamos como a explicação para a mudança na língua pode ser dividida em três questões distintas: a origem das variações linguísticas; a extensão e a propagação da mudança e a sua regularidade²². Decorre, pois, que a competência simbólica acrescenta uma meta-camada qualitativa a todos os usos da língua estudada no âmbito da linguística aplicada, camada

²¹ A título de exemplo, nomeamos a utilização do gerúndio na sintaxe madeirense que denota influências do uso da língua portuguesa no Algarve e no Alentejo (cf. Almeida, 1998).

²² Demonstramos também como estas mudanças podem ser produzidas por assimilação ou diferenciação, por analogia, empréstimo, fusão, contaminação, variação aleatória ou de todas as maneiras como o sistema linguístico pode interagir com as características fisiológicas e psicológicas do indivíduo (Labov, 1976: 45).

essa que torna a variação, a escolha e o estilo da língua fulcrais para o processo de aprendizagem de línguas (Kramsch & Whiteside, 2008: 667, tradução nossa). A partir de Coupland (2007:18) inferimos que os linguistas podem presumir que o domínio do significado lhes pertence, todavia, na verdade, o significado social é uma preocupação central de muitas disciplinas podendo referir-se à forma como atribuímos significado “*a*”, e extraímos significado “*de*”: das nossas culturas, das nossas comunidades, das nossas histórias pessoais, das nossas instituições sociais e das nossas relações sociais (Coupland, 2007:18, tradução nossa). Indo ao encontro a Bourdieu (1991: 54), consideramos que os usos sociais da linguagem devem o seu valor especificamente social ao fato de tenderem a organizar-se em sistemas de diferenças (entre variantes prosódicas e articulatórias ou lexicais e sintáticas) que reproduzem, na ordem simbólica dos desvios diferenciais, o sistema de diferenças sociais. Deduzimos, por conseguinte, que falar é apropriar-se de um ou outro dos estilos expressivos já constituídos “*in and through usage*” (‘no e pelo uso’) e marcados pela sua posição numa hierarquia de estilos e níveis de significação (linguístico, discursivo, pragmático e cultural) que expressa a hierarquia dos grupos sociais correspondentes (Bourdieu, 1991: 54).

1.1.1.1. Turismo

Em relação ao crescimento e desenvolvimento do turismo na Ilha da Madeira, Marujo (2013: 3) corrobora Silva (1994:179), para atestar que estiveram sempre ligados ao clima e à beleza da paisagem daí que não seja possível falar de turismo na Madeira antes do século XVII, se bem que as pessoas se deslocassem e admirassem novas terras (atestado em publicações no espaço europeu), anteriormente, pelo que o seu objetivo era fundamentalmente relacionado com a exploração e o comércio. Nesta nossa primeira etapa, urge explicar que o que nos interessa abordar sumariamente é a forma como a atividade turística se modificou ao longo do tempo, desde o século XV, em 1420 (Carita, 2008: 7-8), até à atualidade dado que, por força do seu relacionamento e interligação com todos os outros sectores da vida (económica, social, cultural, ambiental e política), se torna difícil estabelecer uma definição clara e abrangente do termo “turismo”. Muitos estudos consideram inclusivamente que uma definição universal será quase impossível de alcançar, sendo mais realista a aceitação de várias definições com propósitos

específicos (Ramos & Costa, 2017: 25). Todavia, Marujo (2013: 1) reporta-nos para o facto de que:

Com o desenvolvimento das tecnologias, o turismo transformou-se numa das mais importantes atividades da economia global. Constitui, de facto, a força vital para o desenvolvimento de muitos países, regiões ou localidades. Na Ilha da Madeira, constitui o principal motor de desenvolvimento da atividade económica. A singularidade da ilha, associada especialmente à paisagem natural e cultural, atrai turistas de diversas partes do mundo.

No entanto, Vieira (2008: 97) assegura-nos que temos de insistir na ideia de que os percursos do turismo na atualidade são bem distintos dos do passado uma vez que o turismo se afirma como um meio de encontro e partilha de indivíduos e culturas. Assim sendo, e citando as palavras de Vieira (2008: 97), demonstramos como o turismo constitui ser um meio potenciador da identidade e reafirmação de traços evidenciados, através da afirmação nos usos e costumes inerentes ao património. A progressiva presença, no porto do Funchal, de viajantes e forasteiros que, dadas as ligações marítimas, aqui se viam obrigados a permanecer por períodos mais ou menos longos, quando não o faziam mesmo de livre vontade, levou à progressiva transformação da paisagem urbana (Carita, 2008: 115). Na verdade, foi entre os fins do século XVIII e os meados do XIX que a cidade do Funchal se desenvolveu, essencialmente na sua parte baixa e ao redor do calhau da praia, distribuindo-se as chamadas quintas madeirenses pelas encostas. Eram antigas propriedade rurais que, nos finais do século XVIII e até finais do século XX, pontuavam a encosta (cf. Hoare, 2004, *The Quintas of Madeira: Windows into the Past - In search of Madeira's vanishing Quinta's*), hoje totalmente ocupada pela malha urbana (Carita 2008: 115). Com a implantação do Estado Novo foi nomeado, para a presidência do Funchal, o Dr. Fernão de Ornelas, que com uma visão e energia notáveis, ao longo de onze anos, transformou profundamente a cidade, projetando-a para a modernidade e tentando alterar os hábitos arcaicos da maior parte da população, então muito mais rural que urbana e que colidiam com a vivência de uma cidade, turística como era o Funchal (Carita, 2008: 151). Nas palavras de Carita (2008: 159) as décadas de 1960 e 1970 corresponderam a uma explosão do Turismo internacional, que, no Funchal, levou ao prolongamento do molhe da Pontinha para a acostagem dos navios, e à reestruturação dos aproveitamentos hidráulicos, não só para se criarem condições para um outro tipo de

agricultura, mas também para permitir a construção de uma série de centrais hidroelétricas para abastecimento do crescente parque hoteleiro da cidade. Também, ainda nos meados da década de 1940, procedia-se à instalação de um aeroporto internacional, sucessivamente ampliado e melhorado para a entrada no século XXI (Carita, 2008: 159). Nesta aceção, Costa & Albuquerque (2017: 140) apresentam-nos como o turismo é, atualmente, reconhecidamente um fenómeno à escala planetária com forte impacto nas sociedades, economia e ecossistemas naturais e urbanos, sendo um fenómeno que domina o mundo, porque se encontra a evoluir de uma atividade restrita aos tempos de lazer (férias), para um fenómeno generalizado que permeia tudo e a vida de todos²³.

1.1.1.2. Cosmopolitismo

Segundo Thianov (2018: 13) ser cosmopolita não é apenas declarar pertencer ao mundo, mas pertencer-lhe de uma forma particular: reconhecendo, apreciando e até mesmo abraçando a diferença. Contudo, o cosmopolitismo pode ser entendido de formas diferentes. A sua primeira manifestação aponta para a necessidade dos seres humanos de irem além da zona de conforto do seu próprio contexto cultural e perceber outras culturas, “*thus learning to inhabit the entire world as its citizens*” (Thianov, 2018: 13). Mais ainda:

Pode ser pensado como a)²⁴ um ethos e um conjunto de valores que inclui abertura para outras culturas, tolerância, respeito pelos outros apesar da sua formação e tradições; b) uma base para uma ordem mundial específica construída sobre a paz e o reconhecimento mútuo entre estados e comunidades; c) uma metodologia particular nas ciências sociais desde a queda do Muro de Berlim que olha para os fenómenos sociais não através do prisma do estado-nação (o que é conhecido como ‘nacionalismo metodológico’), mas de uma perspetiva mais global (‘cosmopolita’) (Thianov, 2018: 13-14).

²³ Neste sentido, consideramos que os efeitos do turismo não se associam apenas ao tempo livre, ao ócio, afirmando-se, crescentemente, como um elemento central da sociedade, que se pode encontrar em todos os tempos de vida das pessoas: tempos de lazer; tempos de existência; e tempos de subsistência (Costa & Albuquerque, 2017: 140).

²⁴ Conforme Thianov (2018, pp. 13-14) o primeiro (a) dos três usos anteriormente supracitados pertence a uma série de áreas interconectadas: filosofia, política, cultura e artes.

Nesta linha de pensamento, a cidade do Funchal foi a primeira a ser instituída pela coroa portuguesa nos vastos domínios dos Descobrimentos sendo que a sua instituição atendia ao desenvolvimento operado com a florescente cultura açucareira, ao grande número de estrangeiros aí residentes e tinha ainda em vista, num curto prazo, reorganizar o vasto território descoberto pelos portugueses (Carita, 2008: 5). Ao fazê-lo pretendia-se criar, no Funchal, a sede de um vasto Bispado, e daí a necessidade de passagem a cidade, depois responsável espiritualmente pelos novos territórios portugueses das margens do Atlântico e do Índico (Carita, 2008: 5). Desta forma, Carita (2008: 5) explica:

O Funchal tornou-se um centro cosmopolita com várias colónias de alemães, flamencos e italianos, local de passagem quase obrigatório para as armadas que demandavam o Atlântico Sul e que aí se reabasteciam. De certa forma, tornara-se um centro internacional de negócios e, dadas as especificidades da cultura açucareira, uma quase primeira experiência do capitalismo internacional da Época Moderna.

Acrescentamos também como a Madeira, através do seu privilegiado porto da cidade do Funchal, transformava-se na porta cosmopolita e internacional da Europa para o Novo Mundo (Carita, 2008: 5). Assim, o cosmopolitismo começa com o reconhecimento da natureza humana universal, mas só ganha vida quando reconhecemos a diferença cultural, ou seja, podemos verdadeiramente respeitar os nossos semelhantes quando aprendemos a vê-los como iguais a nós (na sua humanidade) e diferentes de nós (por causa da sua cultura, experiência, costumes e tradições) (Thianov, 2018: 13). De acordo com Sousa & Marçalo (2018: 120-121), é essencial que a comunidade local procure visitar criticamente a diversidade dos traços de identidade do destino (alfabetização cultural) e da pluralidade cultural, evitando tensões múltiplas e contribuindo para a sua valorização. Por essa razão, Sousa & Paolinelli (2015: p.142) aludem a Jaworski & Pritchard (2005) e à forma como fazem um apelo à necessidade de procura da distinção cultural e da autenticidade local na representação de destinos turísticos, o que implica o posicionamento individual dos sujeitos dentro do repertório de práticas linguísticas e discursivas de uma cultura, no qual está também subjacente a consciencialização da linguagem em uso ou "*a linguistic sense of place*" como é defendido por Cortese & Hymes (2001: 164). Assim, Jaworski & Pritchard (2005), também mencionados por Sousa & Paolinelli (2014: 143), aludem à forma como a linguagem acaba por se tornar um aparato cultural, representada e simbólica, em vez de vivida.

A partir das considerações de Sousa & Marçalo (2018: 119) compreendemos, portanto, como se promove a memória coletiva dos lugares, desencadeando-se os processos cognitivos relacionados com o desejo de “ver” e /ou “revisitar”/ fazer parte do local e experimentá-lo.

2. Translinguismo

Aludindo a Gorter & Cenoz (2015: 2) apresentamos como o translinguismo é um conceito que obteve, recentemente, uma ampla aceitação na linguística aplicada porque desafia as representações convencionais das línguas como sendo entidades discretas e contáveis. Por outras palavras, problematiza as línguas “*as bounded, separate codes and tries to capture flexible and dynamic multilingual practices, also in physical landscapes*” (Gorter & Cenoz, 2015: 2). Como tal, através da aplicação do conceito de translinguagem, podemos pôr em primeiro plano a coocorrência de diferentes formas, signos e modalidades linguísticas (Gorter & Cenoz, 2015: 2). No entanto, é importante referir que, à partida, este conceito não tem um entendimento consensual. Wei (2018), por seu lado, elucida-nos para o facto de que o translinguismo não é um objeto, ou uma coisa em si mesma, passível de ser identificada e analisada como uma realidade física, mas, sim, um processo de criação de significados e, por isso, não sendo de fácil definição. No entanto, sabemos através das informações disponíveis no *site* “Sproutly Bilinguismo para Todos” (2016) que esta aceção foi, primeiramente, definida por Cen Williams (1994) como uma prática pedagógica relacionada com a alternância de idiomas em contextos bilingues na sala de aula e que, sucessivamente, foi expandida por Ofelia Garcia (2009) como o uso de múltiplas formas de práticas discursivas através das quais o indivíduo bilingue tenta compreender e partilhar os conceitos relacionados com cada uma das línguas num mesmo contexto linguístico-discursivo e sociocultural.

Sugerimos, decorrente dos raciocínios anteriormente apresentados, que uma boa maneira para explicar este conceito pode ser explicitado como um ato comunicativo realizado por falantes, de acesso a diferentes traços e códigos linguísticos, ou a várias linguagens (dos signos linguísticos e não-linguísticos), a fim de promover o potencial comunicativo e semiótico. De acordo com Wei (2017: 1), o conceito de translinguismo tem sido investigado nos domínios da pedagogia, da interação social quotidiana, da comunicação

multimodal e *cross-modal*²⁵, da paisagem linguística, das artes visuais, da música e do discurso transgénero²⁶. Segundo Wei (2017: 1) existe, de facto, uma confusão considerável sobre o facto de o translinguismo poder ser um termo abrangente a diversas práticas multilingues e multimodais, substituindo termos tais como *code-switching* (cf. Eastman 1992, Gardner-Chloros 2009, Wei 2018), *code-mixing*, *code-meshing* (cf. Canagarajah, 2013) e *crossing* entre outros²⁷. Nas palavras de Li & Hua (2013: 520):

A noção de translinguagem é particularmente relevante para estudar as práticas multilingues de indivíduos e grupos transnacionais à medida que se movem através do espaço e do tempo. Permite-nos mostrar como as práticas e identidades quotidianas estão profundamente enraizadas nas trajetórias de desenvolvimento das comunidades às quais os indivíduos pertencem, e como elas mudam, se desenvolvem e se transformam constantemente [Tradução nossa].

Por conseguinte, diferenciamos cada um dos conceitos anteriormente referidos para evitar qualquer tipo de confusão e interpretação imprecisa. Em primeiro lugar, *code-switching* refere-se à alternância de línguas num ato comunicativo específico, como uma conversa ou uma mensagem por correio eletrónico ou mesmo sinais (Wei, 2018) como letreiros logísticos e comerciais. Segundo Wei (2018) a alternância ocorre normalmente em pontos específicos do ato comunicativo e, como a investigação linguística demonstra, é governada por regras gramaticais, bem como padrões interativos (sequência de conversas, no domínio pragmático-discursivo).

Corroborando as noções de Gardner-Chloros (1997), observamos como a troca de códigos é um fenómeno longe de ser homogéneo, uma vez que milhões de pessoas (cf. *Ethnologue* 2021) utilizam mais do que uma língua, a par das variantes da mesma língua, e de

²⁵ Através da consulta do dicionário *online* disponível no site <https://www.collinsdictionary.com/pt/dictionary/english/cross-modality>, e baseando-nos na descrição aí veiculada, indicamos como o termo *cross-modal* deriva do original *cross-modality* e diz respeito à capacidade de integrar informações adquiridas por meio de sentidos separados, “*the ability to integrate information acquired through separate senses*” (cf. *Collins English Dictionary*, 1979).

²⁶ De igual forma, e mediante o extenso corpo de trabalho já apresentado, também podemos questionar se qualquer prática que seja ligeiramente não convencional, como as áreas anteriormente mencionadas, poderia ser descrita em termos de translinguismo (Wei, 2017: 1).

²⁷ Reportando-nos a Wei (2017: 1) indicamos como também parece estar em competição com outros termos, por exemplo, *plurilinguismo*, *multilinguagem*, *heteroglossia*, *práticas de linguagem híbrida*, *prática translingue*, *bilinguismo flexível* e *metrolinguismo*, para adquirir o devido reconhecimento no discurso académico.

linguagens num continuum semiótico, na sua vida quotidiana²⁸. *Code-mixing* aponta para o entrosamento de dois ou mais idiomas no ato comunicativo²⁹. Quanto a *code-meshing* é definido pela combinação de vários dialetos em qualquer contexto único de comunicação, escrito ou oral³⁰. Finalmente, *crossing* é um termo criado por Ben Rampton (1995), baseado num estudo sobre sul-asiáticos numa cidade de East Midland, abrangendo uma espécie de comutação de códigos entre grupos minero-retinentais de culturas (Wales, 2011: 64). Segundo Wales (2011: 64) *crossing* ocorre sempre que um falante utiliza uma variedade linguística de um grupo à qual normalmente não pertence. Realçamos a importância de distinguirmos cada conceito como o fizemos, pois, o fio condutor da nossa dissertação é explicitamente o translinguismo e, apesar de, ao longo da nossa investigação, podermos remeter-nos para algum dos conceitos anteriormente definidos, o translinguismo será o foco principal. A conceção de Yip & Garcia (2018: 169) contribui para um melhor entendimento do conceito em apreço:

É importante não confundir as translinguagens com o simples intercalar de línguas, o que os linguistas chamariam de alternâncias de códigos linguísticos. As alternâncias de códigos linguísticos referem-se às alternâncias de idiomas nomeados, a definição externa de quais idiomas são dados por estados políticos e sistemas escolares. As translinguagens referem-se às perspectivas internas do que os falantes fazem com a linguagem que é simplesmente sua [Tradução nossa].

Mas Li & Hua (2013: 518) alertam-nos para os processos transnacionais através dos quais falantes de nacionalidades, etnias, culturas e idiomas atravessam as fronteiras dos seus grupos tradicionais para entrarem em contacto mais próximo entre si e que também estão a transformar o ambiente e o modo de comunicação no final da modernidade. Assim, o multilinguismo³¹ desempenha um papel essencial nas trocas entre indivíduos de origens

²⁸ Acrescentamos que se trata de um traço comum em muitas regiões do mundo em situações de bi- ou multilinguismo nativo (por exemplo, em África, na Índia), de imigração (na Europa, nos Estados Unidos) e de minorias regionais (Gardner-Chloros, 1997).

²⁹ Informações disponíveis no *website A Primer on Code Mixing Code Switching!* (2020), disponível em <https://umagunturi789.medium.com/a-primer-on-code-mixing-code-switching-9bbde2a15e57>.

³⁰ Informações disponíveis no *site Creating Conversational: Code as a Rhetorical Code* (2019), disponível em <http://ucwbling.chicagolandwritingcenters.org/creating-conversation-code-meshing-as-a-rhetorical-choice/>.

³¹ Sobre isto, Zi & Liu aludem a Jacquemet (2005: 257) que aponta para como: “Até recentemente, a maioria dos estudos linguísticos que se preocupavam com fenómenos globais tendiam a retratar os piores cenários possíveis: imperialismo linguístico, línguas ameaçadas de extinção, a morte da linguagem”.

diferentes e possibilita que falantes que não partilham pressupostos ou valores culturais, (re) negociem as suas relações e identidades³² (Li & Hua, 2013: 518). Contudo, como o termo “multilinguismo” é frequentemente confundido com “plurilinguismo” temos de ter o devido cuidado para diferenciar o primeiro do segundo. Sem embargo são, de facto, muitas vezes, utilizados como sendo sinónimos, quer na linguagem escrita quer oral³³. O primeiro diz respeito a uma situação linguística em que duas ou mais línguas coexistem na mesma comunidade ou, em particular, quando um falante apresenta competência gramatical e comunicativa em duas ou mais línguas³⁴. O segundo reporta-se a situações em que um falante é capaz de comunicar em várias línguas (geralmente em três ou mais línguas)³⁵. Todavia, Holmes (2014:135) fala-nos ainda do denominado *fetichismo* linguístico que se refere ao fenómeno de usar as línguas para fins simbólicos (fetichizados, em língua inglesa *'fetishized'*) em vez do seu uso para fins de utilidade (instrumental-comunicativa), por exemplo, em textos comerciais.

Deste ponto de vista, Cameron (2000: 323) baseando-se nas perspetivas de Cope & Kalantzis, (2000), Fairclough, (1992) e Heller (1992), esclarece-nos como a sociolinguística está cada vez mais a reconhecer que o fenómeno da globalização tem implicações para os padrões de uso da linguagem, variação linguística e mudança contribuindo para o desenvolvimento de sociedades multilingues e multiculturais (Facciani, 2021: 22). Não obstante, Canagarajah (2016: 446) sugere que novos desenvolvimentos académicos enfatizaram o valor de hibrididade apresentando a possibilidade de que diversos valores e línguas podem ser coerentes significativamente

³² A título de exemplo, apresentamos o lexema, em português, “*x-ato*”. Derivado do adjetivo original, em inglês, “*exact*”, por ser utilizado para cortar com grande exatidão, este é um testemunho bastante ilustrativo de como os códigos linguísticos alteram-se perante as trocas de signos verbais, não verbais e multimodais. Este é um caso em que um lexema que inicialmente era um adjetivo acaba por tornar-se num nome concreto. Como prova disto, nomeamos a Igreja da Nazaré, situada, na Avenida do Colégio Militar, no Funchal, e que devido à sua arquitetura distintiva semelhante a um verdadeiro *x-ato*, é frequentemente conhecida e referida pelos populares como a “Igreja do X-Ato”.

³³ Informação fundamentada nos *sites*:

<http://www.portaldalinguaportuguesa.org/?action=terminology&act=view&id=404>
(Dicionário de Termos Linguísticos - Portal da Língua Portuguesa (portaldalinguaportuguesa.org)) e
<https://www.alphatrad.pt/noticias/plurilinguismo-multilinguismo-diferencas> (Plurilinguismo e multilinguismo: quais as diferenças? (alphatrad.pt)).

³⁴ Baseado na definição disponível em

<http://www.portaldalinguaportuguesa.org/?action=terminology&act=view&id=404>
(Dicionário de Termos Linguísticos - Portal da Língua Portuguesa (portaldalinguaportuguesa.org)).

³⁵ Baseado na definição disponível em

<http://www.portaldalinguaportuguesa.org/?action=terminology&act=view&id=404>
(Dicionário de Termos Linguísticos - Portal da Língua Portuguesa (portaldalinguaportuguesa.org)).

para dar identidade a pessoas, textos e comunidades. Assim, em vez dessas construções serem definidas em termos de uniformidade, apresenta-se a possibilidade de que a mistura e a multiplicidade possam, igualmente, dar-lhes identidade e coerência (Canagarajah, 2016: 446).

Salientamos, deste modo, como os espaços de translinguagem disputam normas e são caracterizados pela criatividade e pelo espírito crítico (Gogonas & Maligkoudi, 2019: 67-68) [Tradução nossa]. A este propósito, Wei (2011:1234) corrobora como “os espaços de translinguagem são criados por e para as práticas de translinguagem e os utilizadores da linguagem vão além das dicotomias ideologicamente marcadas entre o macro e o micro, o social e o individual”³⁶.

Mas de que maneira é que a comunicação transcende essas “fronteiras” entre línguas e linguagens e permite negociar sentidos de modo a corresponder aos interesses dos indivíduos e dos grupos em que se inserem é o ponto que é fundamental esclarecer. Nos casos apresentados, em seguida, tal como descrevemos na Introdução desta dissertação, iniciaremos a nossa exposição teórica sobre o translinguismo. Neste caso, interessa-nos compreender como é que o translinguismo permite a negociação de práticas e identidades culturais entre indivíduos que não partilham os mesmos pressupostos linguísticos através do recurso à ilustração das figuras 1, 2 e 3. Estes são apenas três exemplos, entre tantos outros que serão utilizados ao longo do nosso estudo, sobre como é que as mensagens verbais e não-verbais se fundamentam de forma recíproca num entendimento contínuo.

A primeira imagem (Figura 1) diz respeito ao letreiro de um restaurante, o *Le Jardin*, que é pintado na parede como se fosse um mural.

³⁶ Tal como pudemos observar, não é possível traduzir à letra esta citação sem que se perca algum do sentido original. A citação original é: *‘Translanguaging spaces are created by and for translanguaging practices and language users go beyond the ideologically laden dichotomies between the macro and the micro, the societal and the individual’*. Também baseando-nos em Gogonas & Maligkoudi (2019: 67-68) referenciando Wei (2011: 1223) assinalamos como os utilizadores da língua podem se sentir livres para trazer à superfície as suas experiências pessoais, as suas atitudes e crenças pessoais e ter desempenhos significativos, como, por exemplo, através de uma *‘small talk’* - conversa informal, em português (Coupland, 2014).

Figura 1. Letreiro parietal do restaurante *Le Jardin*:
Rua D. Carlos I.



O *Le Jardin* traduz literalmente o significado do nome do estabelecimento, em francês, com a utilização da imagem de um autêntico jardim florido e colorido. Os traços linguísticos não só são mutualmente reforçados pelos signos visuais que se lhes são associados como também conferem maior relevo à informação explícita. Para os intérpretes do código linguístico português, o código linguístico francês não teria grande dificuldade porque as palavras “jardin” e “jardim” (a tradução literal, em português, da palavra “jardin”) são idênticas pela grafia e escolha morfológica (le/o), sendo ambas línguas românicas. Para falantes de outras línguas, que não possuam conhecimento sobre as semelhanças que marcam ambos os idiomas, a descodificação linguística não ocorre de maneira clara ainda que os significados (mutualmente suportados) estejam em evidência. Na imagem seguinte (Figura 2) observamos um exemplo de arte urbana que pode ser encontrada na Zona Velha da cidade do Funchal e onde inferimos uma crítica à violação do direito à privacidade a partir do plano multimodal.

Figura 2. Porta sem número atribuído
- Intervenção de Arte Urbana: Zona Velha.



No graffiti onde se pode ler a vermelho: *Wherever You Go, Whatever You Do, Whoever You Are, You are Under Surveillance*, as figuras a preto e branco encontram-se ocultas pelos sacos enfiados nas suas cabeças e são observadas por câmaras de vigilância realçando o objetivo inquietante da crítica. Denote-se uma influência da crítica de George Orwell, em *1984* (intertextualidade). O preto e o branco, bem como o vermelho presente no aviso, colmatam o carácter factual e urgente da mensagem como se fosse uma verdade imperativa que as pessoas necessitam mesmo de conhecer. No caso do restaurante *sushi-bar Nagoya*, é possível observarmos como são utilizadas diferentes estratégias de codificação e várias possibilidades de interpretação dos enunciados as quais permitem,

todavia, construir um entendimento eficaz baseado nos significados expostos e apreendidos pelos clientes/interlocutores/transeuntes que os observam.

Figura 1. Letreiro parietal do restaurante / *sushi-bar Nagoya*: Avenida do Infante.



O próprio nome do estabelecimento – *Nagoya* – não é só uma palavra exótica criada para nomear este restaurante. Na verdade, é o nome de uma cidade japonesa homônima e, através desta referência, intuímos que se trata de uma possível alusão à cultura japonesa. Sem se conhecer o contexto cultural em que o estrangeirismo se insere, é muito provável que não suscite nenhuma resposta por parte dos alocutários. Também o “O”, a vermelho, na palavra *Nagoya* encontra-se configurado como se fosse um rolinho de *sushi* não faltando, também, os respetivos pauzinhos (também pintados a vermelho sobre o fundo branco, logo atrás das letras pretas) para que o destinatário/cliente possa comer adequadamente a refeição emblemática do restaurante. De igual forma, se observarmos o letreiro, ainda com mais atenção, comprovamos o facto de que – ainda que seja de forma discreta – encontramos uma referência à própria bandeira nacional do Japão. Posto isto, inferimos que a linguagem – como o ambiente vivo e concreto em que vive a consciência do artista verbal - nunca é unitária (Bakhtin, 1981: 288). Kress & Van Leeuwen (2006: 217) revelam como os textos são objetos materiais que resultam de uma variedade de representações e produção práticas que fazem uso de uma variedade de recursos significantes organizados como sistemas significantes (chamamos esses 'modos'), e uma variedade de 'media', de 'materiais significantes'³⁷. Podemos acrescentar, na linha dialógica bakhtiniana, que a compreensão e a resposta são dialeticamente fundidas e condicionam-se mutuamente, uma é impossível sem a outra (Bakhtin, 1981: 282). Este processo comunicativo dialógico ocorre porque no espaço entre a palavra e o seu objeto,

³⁷ Apesar da tradução, mantemos os parênteses tal como são utilizados por Kress e Van Leeuwen na citação original.

a palavra do outro/alocutário, o sotaque do outro afira um processo cognitivo e um manto de materialidade é lançado sobre o símbolo, sendo que uma operação deste tipo resultaria naturalmente numa estrutura bastante simples e primitiva de dupla voz (Bakhtin, 1981: 329).

Nas figuras 4, 5 e 6 apresentamos três tipos de situações imagético-discursivas onde podemos observar alguns exemplos de enunciados relacionados com os discursos dialogicamente duais. Estes, por sua vez, dizem respeito, tal como já tínhamos mencionado, a um tipo especial de discurso de dupla voz que serve dois oradores ao mesmo tempo e expressa simultaneamente duas intenções diferentes: as intenções diretas da personagem que fala, e a intenção refratária do autor (Bakhtin, 1981: 324). Estas estruturas discursivas ditas de dupla voz podem ajudar a criar um acordo mútuo entre línguas e linguagens e, por conseguinte, a simplificar a compreensão dialógica entre indivíduos falantes de códigos linguísticos diversos. A este processo, segundo Bakhtin (1981: 324), damos o nome de *heteroglossia*.

Figura 4. Cartaz informativo parietal – Loja Artesanato da Madeira: Rua dos Ferreiros, n.º 152.



Figura 5. Cartaz informativo, em relevo - *Super Gateforce*: Rua dos Ferreiros, n.º 170.



Figura 6. Letreiro informativo, em relevo - *Restaurante Madeira Story Centre*: Rua D. Carlos I.



Sendo assim, deduzimos que não necessitamos de explicações mais extensas porque as imagens podem falar por si mesmas. Observamos como os enunciados a duas vezes procuram envolver indivíduos falantes de dois códigos linguísticos distintos: neste caso, o Português (língua românica) e o Inglês (língua germânica). Uma língua fundamenta a outra, o sentido do discurso é traduzido e transferido de um código linguístico para outro

e o entendimento dual que é extraído segundo a compreensão dos enunciados é validado conforme a troca dialógica. Deste modo, reportando-nos a Yip & Garcia (2018: p.168) concluímos acrescentando que as translinguagens, segundo a definição sugerida por Otheguy, García e Reid (2015: 283), a partir de uma perspectiva da linguística-discursiva, envolvem a implantação do repertório linguístico completo de um falante sem ter em conta a adesão vigilante às fronteiras social e politicamente definidas de línguas nomeadas (e geralmente nacionais ou estatais³⁸).

2.1. Impacto na comunicação entre os cidadãos: residentes/locais e visitantes

A imagem de um destino é construída, simultaneamente, pelos agentes que a criam de forma estratégica para ser recebida por outros, e pelos agentes que a consomem, sendo que existem duas etnografias de viagem, uma de espetáculos, na cultura de destino, e uma segunda da unidade itinerante, que pode ser conceptualizada como o seu próprio local de produção cultural, um espetáculo em si mesmo, sendo que a experiência turística total abrange tanto o país do destino como a viagem para esse destino (Bruner, 2005:17). Sabemos como, geralmente, criamos a ideia de um lugar quando observamos uma fotografia num livro ou revista, num *site* na Internet ou até mesmo numa brochura ou postal turístico. É comum estas imagens descreverem o que de melhor existe no local que representam, veiculando uma representação que acaba, para nós, por tornar-se indissociável do próprio lugar, muitas vezes pela falta de uma reflexão adequada. Por assim dizer, baseando-nos em Joly (1994: 36-37), a imagem é o sinal icónico que estabelece uma semelhança qualitativa entre o significante e o referente: ela imita ou retoma, um certo número de qualidades do objeto: forma, proporções, cores, textura, etc., permitindo o seu reconhecimento sendo que estes exemplos prendem-se essencialmente com a imagem visual. Mas acrescentamos que, a abordagem analítica que aqui propomos, depende de um certo número de opções sendo que a primeira é abordar a imagem sob o ponto de vista da significação (cf. Saussure, 1916; Wilson & Spencer, 2002) e não da emoção ou do prazer estético, tal como propõe Joly (1994: 28) quando nos explica que, efetivamente, um signo é um “signo” apenas quando “exprime ideias” e provoca uma

³⁸ Quando, nesta instância, é mencionado o conceito de “estatal”, este deve de ser entendido como uma referência a um “estado-nação” uma vez que o texto original se refere aos EUA.

atitude interpretativa (Joly, 1994: 28). Decorre, possivelmente, que a fotografia, a fim de surpreender, captura o inesperado e assinalável; mas, devido ao estranhamento (cf. Chlovski, 1917 e a definição de estranhamento (ostraniene) do *Dicionário On-line de Termos Literários* de Carlos Ceia), também salienta o que foi fotografado (Barthes, 1981: 34). Se examinarmos a figura 9, encontramos uma representação no plano não verbal (visual) alusiva ao bordado da Madeira, onde podemos observar a forma como os elementos discursivos de um espaço contribuem para a criação da imagem de classe de uma vizinhança e permitem demonstrar como é que a reputação de um lugar é influenciada pelos códigos e significados que são expostos ao público.

Figura 7. Aplicação de publicidade na retaguarda de um transporte público, em vinil: Bordado da Madeira.



Numa primeira abordagem, pensaríamos que se trata apenas de um simples anúncio publicitário utilizado para apelar à compra do bordado da Madeira, mas, se desconstruirmos a imagem, observamos que existem elementos visuais que não se enquadram numa habitual campanha comercial da marca Madeira. A expressão corporal e facial da figura feminina, representada em primeiro plano no *poster*, não corresponde a uma típica publicidade convidativa à compra do produto representado. O seu semblante é altivo, distante, frio e, no nosso entender, até mesmo enigmático o que servirá para enaltecer a qualidade superior do produto como se dissesse que este artigo não se destina a ser consumido por qualquer indivíduo, mas, sim, por um grupo distinto e extremamente restrito. Denota-se um valor decorrente de um prestígio fundamentado esteticamente num gosto diverso, e não um valor comercial fundamentado num grau de simples eficiência prática, de natureza universal (standardizado, globalizado). Note-se que o valor artístico tem também uma vertente comercial, daí ser necessário sublinhar que o valor referido corresponde a um elevado prestígio cultural e social, prestígio esse que é indissociável da origem genuína do produto em questão –

presentificado pela palavra ÚNICO - como é referido mais abaixo na imagem. A crença de que um produto com uma qualidade tão superior, como é a do bordado da Madeira, deriva deste determinado território específico, consoante a visualização do item representativo, não só transmite como também, devido à exposição repetitiva, gera a ideia de que, não só neste espaço, se produzem artigos excepcionais como também o próprio local é excepcional. Cria-se a chamada imagem de associação. Inferimos que poderemos afirmar que tudo pode constituir-se, potencialmente, um signo, pois a partir do momento em que somos seres socializados aprendemos a interpretar o mundo que nos rodeia, seja ele cultural ou “natural”³⁹ (Joly, 1994: 28). Barthes (1981: 32) apresenta-nos, assim, como são entendidas pelos interlocutores (locutário e alocutário), as chamadas situações comunicativas inesperadas que nos surpreendem. Para o Fotógrafo, todavia, estas são interpretadas como "performances". Será do nosso interesse explorar que papel desempenham estas "performances"⁴⁰ nas construções de sentido e como é imagem do destino poderá ser, do ponto semiótico, prejudicada ou salvaguardada pelas mesmas.

Nesse sentido, o anúncio publicitário alusivo à nova Coral Sidra de Maçã, apresentado abaixo, pode dar-nos algumas pistas sobre o modo como as imagens do destino são projetadas mediante uma marca de consumo muito conhecida na Região.

Figura 8. Aplicação de publicidade na retaguarda de um transporte público, em vinil: Coral Sidra de Maçã.



³⁹ A autora inclui parênteses no raciocínio que evidencia, por isso mantemo-los de modo a respeitar o contexto da sua argumentação.

⁴⁰ Neste ponto, aconselhamos precaução quanto aos raciocínios apresentados, não que estejam errados ou sejam desadequados, mas porque Barthes está a pensar numa tecnologia específica – a máquina fotográfica ou de filmar analógicas o que implica que a fotografia, ou o fotograma, constitui um documento. É um momento do real fixado num suporte permanente. Ocorre uma mediação, que já é entendida como agente ativo, nunca neutro, no processo de significação, mas tal advém da sua presença num determinado lugar e num determinado momento, que denota intencionalidade, mesmo que de ordem casual. Mas o exemplo que é apresentado diz respeito a um contexto tecnológico - a imagem digital. A imagem já não é o registo, ou uma mediatização imediata de uma realidade física específica em determinado momento. É uma construção artificial em que podemos ter a certeza da existência factual dos espaços ou objetos presentificados que podem ser, à partida, virtuais. A velocidade vertiginosa da tecnologia permitiu a criação de uma nova realidade, inviabilizou a possibilidade de teorizarmos, de maneira adequada, os processos de produção e receção antes que mudem novamente – de modo radical – criando uma nova realidade.

A Coral é uma empresa tipicamente madeirense ligada à fabricação de bebidas, sendo particularmente prestigiada pelas suas cervejas e refrigerantes cuja comercialização tem criado uma alegoria ligada à identidade local devido a uma transmissão contínua ao longo de anos de familiarização aliada ao consumo. Só por si, o próprio formato da garrafa é uma sugestão da tradição comercial ímpar que se tem mantido e cuja forma original, produzida há gerações, vem prevalecendo. Aliás, a inovação desta publicidade será mesmo o copo localizado na parte direita da imagem dado que não corresponde ao que é habitualmente utilizado para consumir as bebidas desta marca - é próprio para o consumo de vinho e não de cerveja. No entanto, na Madeira, o consumo de sidra, apesar de consideravelmente conhecido, não é muito divulgado, sendo muito localizado (mais precisamente, no Santo da Serra), e de escala reduzida. Além disso, se prestarmos atenção ao enunciado nesta publicidade, portanto no plano discursivo e pragmático, constatamos que o produto não se destina a ser consumido por um público amplo e abrangente, mas, sim, por uma faixa etária jovem. Observamos as escolhas linguísticas em uso tão marcadas pelo recurso à 2.^a pessoa do singular, num registo informal, e pela utilização dos atos ameaçadores de face (mais especificamente o “*E Tu?*” e o “*Hã?*”) como se dissesse: “*Como é que te atreves a não gostar?*”. Aludimos, por isso, ao chamado *Princípio Cooperativo* de Grice (1975: 45) para explicar como devemos fazer a nossa contribuição conversacional tal como é requerida, no estado em que ocorre, pelo propósito aceite ou direção das interações com que estamos comprometidos sendo que, como neste caso em concreto, estamos a falar de anúncios publicitários, optamos por preservar a face, dado que o propósito basilar de uma publicidade é o de motivar a compra de um ou vários produtos e não causar aversão.

No texto multimodal, destaca-se a seleção de linguagem no plano discursivo que envolve o alocutário, criando relações no âmbito do endogrupo, tendo em conta as representações socioculturais bem como as relações intergrupais. A replicação e variedade de representações multimodais potenciam variadas relações criadas pelos indivíduos e as respetivas interações com o mundo social representado (ex. ideologia, cultura, sistema de valores). Os interlocutores familiarizam-se progressivamente com os processos sociocognitivos subjacentes à produção da sinalética urbana em contexto. O que para um público poderá funcionar sem grandes desafios, para outro poderá não ter o mesmo efeito, visto que este tipo de linguagem informal (registo) não se adequa a uma faixa etária de consumidores mais adultos e maduros: não só pode ser considerada como deselegante e

ofensiva, como poderá ser percebida enquanto ato de intimidação. Além disso, na imagem, a frescura gélida que reveste a garrafa e o copo são indícios de que esta não será uma bebida para ser consumida durante todo o ano, mas num período específico onde o calor predomina: o Verão. Um outro pormenor que devemos salientar é o facto de que, no fundo da imagem, não configura uma paisagem da Madeira, mantendo-se em branco. As folhas verdes remetem-nos para a ideia de maçãs frescas colhidas diretamente da árvore, aludindo a uma cultura baseada em rituais de agricultura. Contudo, não é incorporado o pomar de origem, o que se prende com o facto de que as árvores, as macieiras de onde são originários os frutos, não são endémicas da Ilha; as maçãs que foram utilizadas no fabrico da sidra não são da Madeira. É uma campanha publicitária de cariz fundamentalmente comercial e não cultural, à semelhança do que acontece na publicidade do Bordado da Madeira, já anteriormente explanada. Como tal, através da omissão do local de origem da matéria-prima, são evitadas percepções culturais erróneas e a reputação do local é protegida porque não permite uma imagem de associação. Todavia, como é que esta relação entre a linguagem verbal e a linguagem não verbal ajuda a estruturar a significação da mensagem é o que, agora, teremos de averiguar.

Figura 9. Cartaz publicitário: *Madeira in A Bottle* - Supermarket Madeira Story Centre: Rua D. Carlos I.



Ao contrário da figura 8, alusiva à Coral Sidra de Maçã, onde o cenário foi mantido intencionalmente na cor branca, como uma estratégia de salvaguarda da imagem do destino, a figura 9 representa um cenário característico da Região, que aparece no fundo da ilustração publicitária, o qual, neste contexto específico, diz respeito ao panorama montanhoso visível a partir do Pico do Arieiro. O anúncio publicitário “*Madeira in A Bottle*”, reforça a metáfora visual através da inserção de uma imagem representativa da Madeira, para potenciar a memorização por parte dos interlocutores não só da proveniência local dos produtos anunciados, mas também de uma visão representativa do próprio local de origem. Reparemos também como o próprio formato da letra (elemento paratextual denominado de grafologia, em análise) nesta publicidade específica alude a três particularidades relevantes: a primeira, às pipas onde se envelhece ou armazena o

vinho e às próprias garrafas⁴¹; em segundo lugar, à configuração tradicional das próprias placas toponímicas da cidade do Funchal que é reconhecível no título principal; e, em último lugar, ao recurso a uma fonte cursiva presente no subtítulo de “*Madeira in A Bottle*” que é uma tentativa de imitar uma escrita manual figurativa em postais turísticos enviados a familiares e amigos durante o período de férias, num destino exótico, para ultrapassar as saudades e contar as experiências e novidades vividas. Além disso, existe o apelo sensorial ligado ao sentido do paladar quando diz “...*but you can always taste it!*” que reforça a ideia de que se os compradores consumirem as bebidas não só não se esquecerão da Madeira (denotado através da primeira parte da frase: “*You can’t take Madeira with You...*”) como também a poderão saborear metaforicamente. Trata-se de uma metáfora conceptual que apela aos sentidos⁴², nomeadamente, através da ligação visual e sensitiva do sabor da bebida com a própria terra onde foi produzida. Cria-se uma imagem de associação que acompanhará o processo cognitivo por parte dos interlocutores, tornando-se indissociável.

Consideramos ser também pertinente aludir às cores verdejantes. Aliadas à sensação da luminosidade do sol, transmitem a ideia de um clima regularmente ameno e primaveril. No entanto, os habitantes locais sabem que a Madeira, na verdade, não é sempre florida, nem luminosa durante o todo ano; varia muito consoante as estações e a própria meteorologia e os diversos pontos geográficos da Ilha. Não obstante por intermédio da imagem construída e mediatizada por publicidades como a da “*Madeira in A Bottle*”, os destinatários dos enunciados (residentes e visitantes) remeter-se-ão sempre para a paisagem da Madeira durante a primavera como sendo a “real” configuração da Ilha. Apesar de se tratar de uma “imagem mediatizada”, devemos ter em conta que os *mass media* não podem dizer às pessoas o que pensar, mas são bastante eficazes ao influenciar o que as pessoas pensam (Van Dijk, 1998: 243).

Indo de encontro a Horn & Kecskes (2013: 366) clarificamos como, tanto a pragmática sociocultural-interacional quanto a pragmática intercultural, têm feito tentativas para ampliar o intuito da pragmática sendo que isso ocorreu principalmente em duas direções, discurso e cognição. Se o discurso representa a perspetiva sociocultural, um interesse pelo

⁴¹ Trata-se de uma fonte da classe *stencil* que mimetiza as letras impressas através de moldes individuais usualmente metálicos. Daí, justifica-se ter várias associações tradicionais.

⁴² A este respeito, Eco (1968: 166) demonstra-nos como uma emoção pode surgir e, pelo seu carácter incomum, subjuga o espectador, fornece-lhe uma matéria conceitual e narrativa numa certa contração emocional, oferecendo-lhe um mundo tingido de emoção.

comportamento linguístico socialmente determinado, por sua vez, a cognição enfatiza o modo como as características individuais e o egocentrismo afetam a produção de enunciados e a formação desse comportamento social (Horn & Kecskes, 2013: 366). Mais ainda, segundo Silva (1997: 1), no âmbito da linguística cognitiva, a linguagem é perspectivada⁴³ como meio de conhecimento e em conexão com a experiência humana do mundo, revelando-se estas características através do estudo das unidades e das estruturas da linguagem, não como entidades autónomas, mas como manifestações de capacidades cognitivas gerais, da organização conceptual, de princípios de categorização, de mecanismos de processamento e da experiência cultural, social e individual (Silva, 1997: 1). Por conseguinte, a partir do momento em que a ilustração da realidade sugerida passa a ser fornecida pela imagem, poupa-se o esforço da imaginação, confrontando o observador com representações já construídas que constroem, substantivamente, o seu alcance de representação (Ferreira, 2012: 49). A par do discurso escrito, a imagem, ou o sistema semiótico visual, é outro modo através do qual os pensamentos, ideias e sentimentos são representados numa mesma cultura (Silvestre, 2010: 90). Seguindo Bruner (2005: 17) evidenciamos o conceito de “zona de fronteira turística”, ou seja, um ponto de conjectura, um campo comportamental que geralmente é pensado em termos espaciais como um ponto de encontro distinto entre os visitantes que surgem dos seus hotéis e os artistas locais, os “nativos”, tal como são referidos pelo autor, que deixam as suas casas para envolver os interlocutores de forma estruturada em localidades pré-determinadas, por períodos de tempo delimitados (cf. capítulo 7 do livro *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*). Decorre, portanto, que a identidade cultural de uma pessoa é trabalhada, principalmente, através das práticas de associação e dissociação: os intervenientes assumem certas identidades culturais e recusam outras, em interações localizadas (Kádár & Haugh, 2013: 8). Mais ainda, segundo Koller (2015: 20), podemos falar em identidades coletivas como representações sociocognitivas, que são detidas por pessoas que se identificam como membros de um grupo sendo que, no discurso, como prática social, as representações sociocognitivas que um produtor de texto detém sobre um grupo social, seja ele próprio ou de outro, traduzem-se na construção textual de uma identidade coletiva para ele (Koller, 2015: 20) [Tradução nossa].

⁴³ Consoante Makoni & Pennycook (2007: 27) denotamos como a perspectiva das línguas é social e politicamente construída sendo necessária não só para a compreensão das línguas, mas também para situações em que haja motivos para mudá-las ou mudar a forma como pensamos sobre elas.

2.1.1. *Crosscoding*

Baseado no conceito anteriormente apresentado na secção 2. desta investigação, retomamos à noção de *Crossing* - desta vez, sob uma derivação designada como *crosscoding* - sendo que, em língua portuguesa, pode ser traduzida literalmente como *cruzamento de códigos*. Porém sugerimos que a interpretação mais correta será a de *Linguajar*, ou seja, um modo de falar característico de um indivíduo ou de um grupo⁴⁴. Nos letreiros a que se referem as imagens 10 e 11 encontramos marcas de cruzamento / mistura entre códigos linguísticos distintos ligados a uma construção de significados multicultural: *Sole Mio Nails*; *Cabeleireiro Correia & Lia - Hairdressers, Manicure e Pedicure, Esteticista*. Neste contexto de uso, compreendemos como as línguas e linguagens diversas contribuem para derrubar as barreiras entre idiomas e combinarem vários elementos linguístico-discursivos pertencentes a comunidades discursivas específicas para criar novas interpretações e entendimentos.

Figura 10. Letreiro em relevo – Sole Mio Nails: Rua do Seminário.



Figura 11. Letreiro em relevo – Cabeleireiro Correia & Lia: Rua Serpa Pinto.



No caso do *Sole, Mio Nails*, existem dois códigos linguísticos em interação: o italiano e o inglês. Pode inferir-se que se presta uma homenagem humorística à famosa ária homónima popularizada na voz de Luciano Pavarotti. As cores derivadas de um tom de rosa escuro corroboram o facto de se tratar de um estabelecimento destinado convencionalmente ao público feminino. Não só temos um pequeno sol para transparecer o verdadeiro significado da palavra “*sole*”, sol, em português, mas também uma mão delicada convencionalmente associada ao cliente do género feminino, com as unhas arranjadas e pintadas no mesmo tom de rosa dos caracteres no letreiro, sendo que estes

⁴⁴ Informação disponível no site <https://dicionario.priberam.org/linguajar> (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa)

também têm um caráter convencionalmente identificado como feminino através da delicadeza e ornamentação com que foram gravados. A palavra “*nails*” provém do inglês e significa, em português, unhas, reportando-se ao serviço estético que o negócio oferece ao público. Além do mais, no letreiro também denotamos uma marca de cosmopolitismo através da assinatura “*by: Nicole*”, por Nicole, em português. Deste modo, ocorre uma espécie de estratégia de *marketing* que pode, por exemplo, ser visualizada em anúncios televisivos de perfumes e produtos de cosmética e que recorre ao nome de grandes estilistas e *designers* para realçar e motivar o consumo dos bens e serviços em apreço através do recurso à estratégia publicitária sobre a figura de autoridade como se anunciasse que a proprietária deste negócio oferece um serviço estético que é reconhecido e celebrizado. Semelhante ao que acontece no *Sole Mio Nails*, também no anúncio ao cabeleireiro *Correia & Lia*, assistimos a um conjunto de estratégias discursivas relacionadas com os códigos linguísticos e visuais denotados na escrita dos nomes dos donos desta instalação como se fossem as suas próprias assinaturas, conferindo a ideia de uma marca registada. Está subjacente a divulgação das prestações que são oferecidas pelo estabelecimento comercial através da representação da máquina de aparar cabelo, do pente, da tesoura e do secador representados no letreiro. Intuímos tratar-se, à semelhança do letreiro anterior, de um estabelecimento voltado fundamentalmente para o género feminino posto que, apesar de, hoje em dia, existirem cada vez mais homens a procurar serviços estéticos, devido ao crescente interesse masculino pelo cuidado com a imagem pessoal, serviços como *manicure* e *pedicure* (carreados pela língua francesa) ou mesmo *estetista* continuam mais direcionados ao universo feminino do que ao masculino. Contudo, o que nos interessa observar é a existência, em português, dos equivalentes para as respetivas palavras *manicure* e *pedicure* sendo *manicura* e *pedicura*, mas optou-se pelo uso de lexemas originários do código francês. Estamos perante os denominados empréstimos. Demonstra-se como as línguas podem adotar palavras e expressões que são características de outras línguas para explicar conceitos e ideias inexistentes nas primeiras levando a que lexemas provenientes de outros códigos linguísticos acabem por ser normalizados como nomes comuns na língua que os anexa (cf. translinguismo já discutido na secção 2). A este respeito, é pertinente referir Weinreich (1953: 5), que recorre a Linton (1940: 469) para explicar que as mudanças culturais envolvem não apenas a adição de um novo elemento ou elementos a uma cultura, mas também a eliminação de certos elementos previamente existentes e a modificação e reorganização dos outros sendo que os resultados de tal transmissão não podem ser considerados como meras aquisições

adicionais. Deste modo, inferimos, através das imagens dos letreiros que denotam uma clara mistura entre códigos linguísticos, que os proprietários deverão ter a intenção de projetar os seus negócios como espaços transculturais onde não só atendem clientes locais e residentes como não-locais e não-residentes e também visitantes. Nessa linha de pensamento, acrescentamos que uma sociedade, as suas culturas e a representação dos seus significados, formam um todo fortemente integrado, num certo nível de generalidade uma vez que as diferenças na representação e no significado encontram-se ligadas às diferenças de histórias e culturas. Sendo assim, “*what is the case for 'language' is so for all representation- for modes as for discourses as for genres – and in all communication*” (Kress, 2010: 8). No entanto, o que nos propomos ilustrar e debater é se uma articulação de significados inteiramente baseada nos requisitos culturais de uma comunidade específica permite sempre uma construção de significados eficaz porque, embora todas as sociedades e línguas tenham uma série de registos, variantes e marcas de género, não têm necessariamente cenários equivalentes (Biber & Conrad, 2009: 24). Numa situação concreta, em que somos confrontados com a hipótese de observarmos uma sinalética que se destaque por abarcar códigos linguísticos ou culturais que não pertencem ou não são inteiramente reconhecidos na cultura local, apresentamos a figura 12, em que observamos um sinal de trânsito de forma quadrangular e que segue a norma para os sinais classificados como "sinais de informação": formato quadrado, cor de fundo azul e letras ou elementos gráficos em branco.

Figura 12. Sinal informativo *Kiss & Ride*:
Avenida da Madalena, Santo António,
Funchal.



A propósito, Hinner (2017: 887) relembra como a atribuição de significados depende do sentido que lhes é atribuído pelos falantes e não das palavras (Adler, Rodman, & du Pré 2013; Ogden & Richard 1923; Ruhly 1982). Porém, afirma que as palavras têm significados estabelecidos e tendem a ser independentes dos contextos em que são utilizadas (Adler *et al.* 2013; Klopff 1998). Deprendemos, por consequência, seguindo Klopff (1998) citado por Hinner (2017: 887), que, ao comunicarmos interculturalmente é

preciso perceber que a mesma palavra pode não ter o mesmo significado literal entre culturas. De acordo com Hinner (2017: 886) os mal-entendidos (Chen & Starosta 1998; Gudykunst 2005; Jandt 2013; Oetzel 2009) e os conflitos multiculturais (Canary & Lakey 2006; Caughlin & Vangelisit 2006; Roloff & Wright 2013) são fenómenos muito complexos porque envolvem questões de percepção, identidade, etnocentrismo, interações, construção de confiança e gestão de conflitos, bem como competências de comunicação intercultural que envolvem cognição, metacognição e metacognição social. A colocação do sinal representado na figura 12 resultou da implementação de uma iniciativa do Município do Funchal designada *Kiss & Ride* já existente em contextos anglófonos. Este sistema implica a alteração física dos acessos rodoviários a estabelecimentos de ensino, através da criação de uma faixa adicional, paralela às vias de circulação, que permite aos pais/cuidadores pararem momentaneamente a viatura, precisamente o período de tempo para deixarem sair os educandos após uma despedida rápida. Este sistema já existe em diferentes países e provou ser bem-sucedido na tarefa de facilitar o fluxo do trânsito junto das escolas. Daí ter sido adotado na Região. Presumimos que a opção por manter a ilustração em inglês derive de dois fatores: por um lado, sublinhar que se trata de um sistema usado no estrangeiro (com a inerente norma e convenção reconhecida globalmente); por outro lado, manter a eficácia comunicativa entre residentes e visitantes não nativos⁴⁵. O objetivo do Município seria o de estender este sistema a todos os estabelecimentos de ensino, o que aconteceu apenas parcialmente⁴⁶, em muitos casos devido à dificuldade em proceder às alterações físicas necessárias dado que as vias, no contexto urbano do Funchal, são muito estreitas. Este é um caso em que, apesar do carácter globalizante da língua inglesa, se muitos dos interlocutores não conhecerem o contexto em que se insere o sinal, a única coisa que podem fazer é elaborar uma tradução literal. Portanto, a importação desta sinalética de carácter informativo, bem como de outras da mesma índole, não teria a eficácia desejada uma vez que, além de excluirmos todos os interlocutores que desconhecem os códigos linguístico-culturais específicos, o sentido que lhes seria atribuído é o literal e não o discursivo e sociocultural inerente.

⁴⁵ Na prática, podemos traduzir a expressão para português: *Beije e Parta*. Contudo, devido a dificuldades sentidas com a tradução literal visto não ser fácil exprimir o real sentido da expressão em português, optámos por utilizar a designação original em inglês, *Kiss & Ride*.

⁴⁶ Daí apenas ocorrerem junto de algumas escolas do Funchal (na Rua da Pena, junto ao Colégio de Stª Teresinha, por exemplo). Também a escassez de resultados deverá ter contribuído para que a iniciativa não tenha verificado a continuidade prevista (pelo menos aparentemente, tratando-se, igualmente, de uma observação fundamentada na experiência empírica do autor do texto, estabelecendo-se, assim, como uma afirmação de valor não definitivo).

Compreendemos, deste modo, como há sinalética que só pode ser interpretada à luz da cognição social.

2.1.2. Contacto linguístico e variação

Remetendo-nos à secção 1.1.1. para completar os itens aí expostos, baseamo-nos nas aceções de Bruyèl-Olmedo & Juan-Garau (2009: 1) para afirmar que entre o número de idiomas apresentados em sinais, fachadas de lojas, letreiros e similares, a língua inglesa assume de uma posição privilegiada quando se trata de um público multilingue e heterogéneo, tornando-se a língua franca *de facto*⁴⁷. Neste contexto, Themistocleous (2018: 7) elucida-nos para o facto de que a preferência de um idioma pode indexar a sua proeminência, estatuto e prestígio e, conseqüentemente, projetar posturas ideológicas relacionadas às relações de poder dentro de uma determinada comunidade⁴⁸. Assim sendo, como é que o inglês, enquanto idioma representante do avanço tecnológico e da globalização, tem afetado a projeção de outras línguas na paisagem linguística da urbe é o que nos interessará desenvolver neste ponto da nossa exposição. As imagens abaixo ilustram como a língua inglesa se tornou omnipresente na realidade quotidiana da cidade do Funchal visto que, tanto na seta de entrada para o Museu Militar da Madeira como na caixa ATM da *Euronet Worldwide*, encontramos não só a língua materna do país em que se inserem – neste caso, o português – que ocupa o primeiro lugar na ordem de exposição dos idiomas sendo seguida pelo inglês.

Figura 13. Seta de entrada para o Museu Militar da Madeira: Avenida Zarco.



Figura 14. Caixa ATM – *Euronet Worldwide*: Zona Velha.



⁴⁷ Acrescentamos ainda, tal como nos explica Zhang (2016: 4), que o inglês apoia os publicitários a oporem-se à avaliação social negativa da mistura de idiomas, uma vez que o inglês é tão popular em todo o mundo e, hoje em dia, já não pode conotar somente uma determinada cultura (por exemplo, a cultura britânica ou americana).

⁴⁸ Assim, complementamos esta aceção, afirmando que, em contextos multilingues, a *LL* fornece evidências visuais dos efeitos da globalização nas línguas, em particular no inglês, dado que o idioma tem desempenhado o papel de veículo linguístico da própria globalização, muitas vezes em detrimento de outras línguas forçadas a sofrer as conseqüências do seu avanço (Bruyèl-Olmedo & Juan-Garau, 2009: 2).

De acordo com Lamb & Sharma (2019: 5), os materiais promocionais moldam o olhar do observador / visitante ou residente, incentivando-o a perceber os destinos de uma maneira particular⁴⁹. Como tal, o uso de uma língua como o inglês, em materiais promocionais de turismo, é amplamente impulsionado pelo seu valor económico no mercado turístico, enquanto o uso de línguas locais pode ser emblemático de localização e autenticidade (Lamb & Sharma, 2019: 5). Observamos, pois, como a língua inglesa é considerada quase tão importante como o próprio idioma emblemático do território funchalense, a língua portuguesa igualmente pluricêntrica, em detrimento de outras línguas, como as línguas alemã, francesa ou espanhola, visto que está logo em segundo lugar como se pode comprovar, a título de exemplo, nos sinais supracitados (cf. Sousa, 2009a, 2009b, 2017, 2018a, 2018b; Leuckert, Neumaier & Yurchenko, 2021).

No caso do letreiro onde podemos ler *Tours & Walks* e ainda abaixo, *Ausflüge & Wanderungen*, que, em português, são ambos traduzidos como *Passeios e Caminhadas*, ilustramos como o inglês ocupa uma posição de destaque em relação ao alemão, ainda que ambos os idiomas se refiram exatamente ao mesmo tipo de informação relacionada com a atividade turística.

Figura 15. Letreiro parietal da *Tours and Walks - Ausflüge & Wanderungen*: Avenida Zarco.



É oportuno referir que, apesar de esta atividade associada às caminhadas ser uma prática também extensamente conhecida e apreciada pelo cidadão local, não foi veiculada no código linguístico português, possivelmente associado ao facto de que o objetivo é atrair a atenção dos visitantes não-residentes, falantes de outro idioma. Constatamos, então, como o inglês é considerado quase tão importante como o próprio idioma emblemático

⁴⁹ Assim sendo, na aceção de Gonçalves (2012: 74) apoiado em Ben-Rafael *et al.* (2006), não podemos deixar de referir que, com base na (s) linguagem (s) presente (s) nos signos, estudos anteriores de LL geralmente faziam suposições sobre as pessoas que, como diz a autora, “pertenciam” a uma área ou bairro. De igual forma, Gonçalves também se reporta a Leeman e Modan (2010, p. 183) quando os autores afirmam “que muitos pesquisadores da LL parecem pressupor que o público-alvo de uma dada língua consiste principalmente de pessoas que podem ler e / ou compreender aquela língua”.

do território funchalense em detrimento de outras línguas, como o alemão, o francês ou o espanhol, visto que está logo em segundo lugar.

Figura 16. Fachada de loja de recordações e artesanato – *Atlantic Souvenirs*: Avenida Arriaga.



Também observamos na figura 16, na porta de uma loja de recordações e artesanato, que existe um favoritismo em relação ao uso do inglês em detrimento de qualquer outro idioma. A informação relacionada com os itens vendidos no estabelecimento encontra-se veiculada em inglês sobre produtos tipicamente regionais (artigos em cortiça, vinho da Madeira, bordados) além de indícios alusivos à identidade local através das cores típicas do traje folclórico da Região usado para as danças do Bailinho da Madeira. Sob outra perspetiva, ainda que possamos intuir que se trate de uma estratégia de enquadramento influenciada pelo espaçamento comprometido, uma vez que não é de todo funcional escrever informações com um tamanho muito alargado, num espaço tão pequeno, não podemos deixar de apontar como uma parte da informação se encontra oculta pelas luzes *néon* que emolduram as portas deste estabelecimento passando quase despercebida e sendo quase impercetível.

Consequentemente, e como tal podemos verificar, é verdade que, embora o inglês ocupe uma posição de destaque, ainda assim, outras línguas - além do *English* (Inglês) - também são representadas como *Français* (Francês), *Deutsch* (Alemão) e *Spanish* (Espanhol), sendo que estas não ocupam uma posição privilegiada para serem amplamente vislumbradas devido ao enquadramento pouco claro da informação. Supomos que esta estratégia de seleção linguística servirá para explicitar o facto de que este estabelecimento também atende clientes/falantes destas nacionalidades, mas não podemos deixar de notar como, inclusivamente, os nomes das línguas estão todos escritos nos idiomas emblemáticos com a exceção do espanhol. Podemos inferir que houve uma desvalorização do idioma espanhol em relação aos outros pois poder-se-ia escrever “*Español*” em vez de “*Spanish*”. Mencionamos igualmente que a sinalética analisada se situa numa área de grande movimentação de cidadãos (locais e residentes e não-locais e não-residentes e ainda visitantes), situada mesmo no coração da cidade do Funchal, o que pode vincular a preferência pelo inglês em detrimento de outros idiomas visto que a

informação multimodal está a ser vista em primeira mão pelos transeuntes que por ali circulam. Como tal, Carson (2016: 52) salienta que, muito frequentemente, os cidadãos podem ser alheios às línguas que aparecem na paisagem urbana, e inconscientes da tomada de decisões por detrás delas por parte dos emissores. Convém também indicar que, segundo Carson (2016: 52), este não é apenas um caso de preconceito linguístico pelo favorecimento do monolinguismo, mas também um caso de eficácia comunicativa, e apenas de seleção ou descodificação do que é necessário dentro de um ambiente linguístico.

Capítulo 2. SINALÉTICA URBANA: SEMIÓTICA SOCIAL; MULTIMODALIDADE; TRANSLINGUISTMO

Neste capítulo, apresentamos uma definição de constructos teóricos fundamentais e a sua ilustração através da materialidade linguística-discursiva multimodal da sinalética urbana com traços de translinguismo agora analisados pela sua relevância para a temática desta dissertação.

1. Sinalética urbana, institucional e privada

O conceito de sinalética urbana, de acordo com Jaworski & Thurlow (2009: 10), na aceção de Landry & Bourhis (1997:25), pode ser definido como a linguagem dos sinais de trânsito públicos, cartazes publicitários, nomes de ruas, nomes de lugares, sinais comerciais das lojas e sinais públicos em edifícios governamentais que se combinam para formar a paisagem linguística de um território, região ou aglomeração urbana [Tradução nossa]. A sinalética pode ser subdividida em duas categorias: sinalética privada e sinalética institucional.

Do mesmo modo, Jaworski & Thurlow (2009: 10) apontam como as principais diferenças entre as duas noções dizem respeito, no caso da primeira, a sinais comerciais em lojas e negócios (ex.: lojas de retalho e bancos), painéis comerciais de publicidade e sinais públicos exibidos em transportes públicos ou em veículos privados; em relação à segunda, a sinais públicos usados pelo governo nacional, regional ou municipal nos seguintes domínios: sinais de trânsito, nomes de lugares, nomes de ruas (em estudo na toponímia), inscrições em prédios estaduais, incluindo ministérios, hospitais, universidades, câmaras

municipais, escolas, estações de metro e parques públicos (Landry & Bourhis, 1997: 26) [Tradução nossa].

No entanto, se analisarmos a sinalética à luz dos agentes da *LL* (Gaiser, 2014: 13), é necessário distinguir três tipos de produtores de signos, a saber (Androulakis *et al.*, 2016: 627):

a) Inscrições institucionais; inscrições emitidas e colocadas por autoridades públicas que são protegidas por um quadro legal e servem como índices de regulamentos ou instruções que devem ser seguidas e respeitadas pelos indivíduos; b) Inscrições privadas; inscrições criadas por indivíduos ou grupos de indivíduos com conteúdo publicitário, informativo, instrutivo ou ideológico, servindo ou dirigindo-se a determinados grupos sociais ou indivíduos com necessidades comuns em contextos específicos; c) etiquetas pessoais; "personificadas", na sua maioria impressões vinculadas localmente que expressam sentimentos ou crenças que contêm elementos de identidade pessoal, seja a) o transmissor/criador da mensagem, b) a pessoa-alvo, ou c) como meio de transmissão de parte da própria mensagem.

Assim, os sinais emitidos por instituições burocráticas e administrativas e instituições nacionais e municipais foram classificados como sinais *top-down*; os sinais privados e principalmente de orientação comercial recaem na categoria *bottom-up* e ainda os sinais não autorizados e produzidos sigilosamente, que são classificados como itens "transgressivos" (Gaiser, 2014: 13-14)⁵⁰.

2. Semiótica Social

Reportando-nos a van Lier (2004: 55) a semiótica é frequentemente definida como a ciência dos signos, mas esta é uma definição muito geral e, uma vez que tanto a palavra *ciência* quanto a palavra *signos* são interpretáveis de muitas maneiras diferentes, é possível conceber uma multiplicidade de concetualizações de *semiótica*.

⁵⁰ No entanto, consideramos ser importante também indicar (Reyes, 2014: 30) como a dicotomia top-down / bottom-up foi abnegada por simplificar a questão da autoria (cf., Huebner, 2006; Kallen, 2009; Malinowski, 2009) conforme citado em Bruyèl-Olmedo & Juan-Garau (2009: 388) e por ser insustentável, na medida em que o setor privado tem que obedecer às políticas governamentais sobre a produção de sinais (Leeman & Modan, 2009).

Mais ainda, a linguagem não existe no vácuo, e é de valor impreciso estudá-la como um sistema separado (Van Lier, 2004: 55).

A noção de semiótica social que é apresentada por Vieira & Silvestre (2015: 100) é a seguinte,

[...] baseada numa teoria de linguagem sistémico-funcional, em que os estudos da linguagem em uso dentro de um contexto de situação e de um contexto de cultura, vem possibilitar analisar os vários sistemas semióticos, como a linguagem verbal, a linguagem visual, a linguagem gestual, etc., permitindo analisá-los de um ponto de vista gramatical.

Em relação a esta noção, e numa perspectiva diacrónica, é Saussure (1916: 34) que nos apresenta como a fala e a escrita são dois sistemas distintos de signos e que a única razão de ser do segundo é representar o primeiro. Assim, o objeto linguístico não só se define pela combinação da palavra escrita com a palavra falada uma vez que esta última, por si só, constitui tal objeto (Saussure, 1916: 34). No fundo, o que devemos ter especialmente em conta é que a palavra escrita se mistura tão intimamente com a palavra falada, da qual é a imagem, que acaba por retirar-lhe o papel principal (Saussure, 1916: 34). Nesta linha de pensamento, refira-se que o contributo dos estudos sobre a cognição não se limita ao conteúdo do que está a ser dito, mas é sensível à variação sistemática na maneira como a mensagem é transmitida, produzindo informações sobre as características sociais dos falantes e as relações com o destinatário ou público (Labov, 2011: 2). Foi William Labov, que se debruçou sobre o ramo de estudos da linguagem conhecido como variação e mudança, i.e., a sociolinguística, com vários estudos influentes na década de 1960 e publicações seminais no início dos anos 1970 (Chambers, 2017: 1). Deu continuidade a essa linha de pensamento advogado por Peirce (2014: 30) que nos indica como os objetos de entendimento, considerados como representações, são símbolos. Considera também que as regras da lógica valem para qualquer símbolo, tanto os que são escritos ou falados, como os que são pensados, visto não terem aplicação imediata *to likeness or indices*⁵¹, porque nenhum argumento pode ser construído apenas a partir destes, mas aplicam-se a todos os símbolos (Peirce, 2014: 30). Então, compreendemos como todos os símbolos são, de facto, em certo sentido, relativos ao entendimento, porém, apenas no sentido em

⁵¹ Não nos é possível traduzir à letra a citação original pelo que optámos por mantê-la tal como é escrita no texto de origem. No entanto, podemos sugerir como possível tradução, ainda que tenha que ser recontextualizada: “... visto não terem aplicação imediata a traços de semelhança ou indícios...”.

que todas as coisas são relativas ao entendimento (Peirce, 2014: 30). De acordo com Kress & Van Leeuwen (2001: 1-2) foi o desejo de cruzar fronteiras que inspirou a semiótica do século XX, na medida em que todas as principais escolas de semiótica procuraram desenvolver um suporte teórico aplicável a todos os modos semióticos, dos trajés folclóricos à poesia, dos sinais de trânsito à música clássica, da moda ao teatro. Mas, existia também um paradoxo, pois o trabalho que elaboraram sobre semiótica visual, *Reading Images* (1996), refletia, de certo modo, a perspectiva de "especialistas" (cf. Kress & Van Leeuwen, 2001) da imagem, que ainda tinham grande influência das disciplinas monomodais (Kress & Van Leeuwen, 2001: 1-2). No entanto, segundo Kress & Van Leeuwen, (2001: 1-2), foi, ao mesmo tempo, dirigida uma terminologia comum para todos os modos semióticos e enfatizou-se que, dentro de um determinado domínio sociocultural, os "mesmos" (cf. Kress & Van Leeuwen, 2001) significados podem muitas vezes ser expressos em diferentes modos semióticos⁵². Como nos diz Augé (1992: 98), na realidade concreta do mundo de hoje, os lugares e espaços, lugares e não-lugares misturam-se, interpenetram-se. Baseando-nos nas aceções de Kress (2012: 47) referimos que, num mundo caracterizado por tão grande variedade e variabilidade, onde tanto a multiplicidade de recursos semióticos quanto as aparências e efeitos intensamente variáveis do poder num mundo semiótico amplamente ilimitado e mal enquadrado, a grande gama de modos disponíveis aumenta as possibilidades e os potenciais de representações adequadas do mundo enquadrado. Apoiando-se na distinção de Tuan (1977) entre *espaço* e *lugar*, Papen (2015: 4) indica como esta pode ser usada para examinar mais detalhadamente o papel da escrita e das imagens visuais que, a par da arquitetura, dão sentido aos espaços turísticos, transformando-os de "espaços indiferenciados"⁵³ (Tuan, 1977: 6) em lugares conhecidos e identificáveis. Trata-se de um processo contínuo e, portanto, é mais apropriado pensar em termos de mudanças nas construções de lugares, ou seja, de lugares 'mais antigos' para 'mais novos'⁵⁴ (Papen, 2015: 4). Neste âmbito, nas chamadas "zonas de contacto"⁵⁵ ocorre a interação não

⁵² Havia, até então, tentativas esporádicas cuidadosamente concebidas e bem articuladas de estudar a linguagem no seu contexto social, mas, estes estudos permaneceram, em grande parte, restritos, episódicos e pouco divulgados (Chambers, 2017: 2).

⁵³ Neste contexto, mantemos os parênteses uma vez que é Papen quem está a citar Tuan.

⁵⁴ Estes raciocínios são da autoria de Papen. Por isso, conservamos os parênteses.

⁵⁵ Aprofundamos ainda mais esta definição, tal como é explanada por Bayham *et al.* (2015: 21), dizendo que uma zona de contacto é "um espaço social onde "culturas díspares se encontram, colidem e lutam

completamente aleatória, havendo sempre um propósito ou objetivo de interação, se não múltiplos objetivos, e novos objetivos podem surgir à medida que a interação prossegue (Bayham *et al.*, 2015: 21). Aludindo ao conceito de gentrificação⁵⁶ usado por Vandenbroucke (2018: 2), na conceção de Smith (1982: 139), e que é geralmente definido como um processo de renovação urbana "pelo qual os bairros residenciais da classe trabalhadora são reabilitados por compradores de casas de classe média, senhorios e empreendedores profissionais" (Smith 1982: 139), resultando em habitações e bens imobiliários com preços mais elevados e a deslocação sistemática dos alojamentos originais da classe trabalhadora. De acordo com Blommaert (2013) citado por Vandenbroucke (2018: 2), podemos afirmar que os estudos que abordam as *LLs* não as consideram apenas como sendo reflexos descritivos de gentrificação ou mudança urbana, mas também como meios analíticos para examinar a dinâmica socioeconómica, política e comercial da vizinhança, conforme é moldada, construída e mudada ao longo do tempo⁵⁷ "marcando o espaço de formas específicas, como 'pertencentes' a certos grupos populacionais" (Papen, 2012: 57), denominadas por Thurlow e Jaworski (2010) de "construção discursiva do espaço". Reportando-nos a Maly (2015: 3), segundo Arnaut *et al.* (2016) damos conta como a superdiversidade⁵⁸ provou ser um conceito muito útil e produtivo para descrever "a diversificação da multiplicidade" na última fase da globalização sendo que a relevância do conceito reside na sua capacidade descritiva, ou seja, como é "limitado nas ambições de "grande narrativa" ou reivindicações teóricas

umas com as outras, frequentemente em relações de domínio e subordinação altamente assimétricas" (Pratt, 1992: 4), ou, mais neutralmente, nos termos dos Scollon, num "local de compromisso" (Scollon e Scollon, 2004). Isto sugere que precisamos de ter em mente as correntes linguísticas em interação, particularmente como as diferentes línguas em jogo podem ser valorizadas de forma diferente (Lee, 2013)".

⁵⁶ Segundo Vandenbroucke (2018: 3) "*qualitative LL analyses of gentrifying/gentrified neighbourhoods have so far documented residential protest and contestation in the public sphere between civil society, private business and the state (Papen 2012), superdiverse demographic changes and socio-economic transformations (Blommaert 2013), and the commodification of language and ethnicity (Leeman & Modan 2009; Lyons 2015)*".

⁵⁷ Além disso, vários estudiosos abordaram o modo como a reconstrução urbana e a gentrificação tomam forma na paisagem material dos bairros urbanos, incluindo as suas implicações para o uso da linguagem e semiótica na esfera pública (Vandenbroucke, 2018: 3).

⁵⁸ Realçamos como o conceito convida-nos a investigar, descrever e analisar este processo de diversificação, mas devemos ter em conta que uma das complexidades metodológicas na tentativa de descrever a superdiversidade é o facto de ser igual às rápidas mudanças demográficas e sociais em camadas (Blommaert 2013), ou seja, a realidade de hoje, já não está necessariamente lá amanhã (Maly, 2015: 3) [Tradução nossa].

explícitas, sendo comprometido, em vez disso, à etnografia" (p.3) [Tradução nossa]⁵⁹. Contudo, refira-se, segundo Leander & Vasudevan (2009: 128), que alguns teóricos (por exemplo, Castells *et al.*, 2007; Gupta & Ferguson, 1992) argumentaram que, nas mobilidades pós-modernas e contemporâneas, o espaço e o lugar não são irrelevantes. Os espaços e as práticas espaciais estão fundamentalmente a mudar, sendo que estas mudanças incluem as formas como os espaços se tornaram, como sugerem Gupta & Ferguson (1992), “reterritorializados”, de forma que as nossas experiências de espaço ou espaço-tempo são reordenadas, múltiplas, não sequenciais, e simultâneas (Leander & Vasudevan, 2009: 128). Sendo assim, Leander & Vasudevan (2009: 128) demonstram como as práticas sociais de “reterritorialização” parecem ser criticamente importantes para interpretar a produção de identidade entre os “espaços de fluxo” (Castells, 2000) que se desenrola num mundo de lugares (McDowell, 1997). Mas, exatamente como é que a paisagem linguística (LL) é influenciada pelas mudanças urbanas e de que forma é que a sinalética circundante evidencia traços de cosmopolitismo e de translinguismo no ambiente urbano é o que iremos observar em seguida.



Figura 17. Fachada de produtor vinícola – D' Oliveiras: Rua dos Ferreiros.

A figura 17 é representativa de uma empresa relacionada com a produção vinícola, de longa tradição, a *D'Oliveiras*, e contém elementos de coerência intersemiótica dado que, apesar de se situar numa cidade, o Funchal, cujos parâmetros arquitetónicos são, cada vez mais, contemporâneos, replica um modelo que existia no passado. Por assim dizer, a expressão material dos sinais e, portanto, do texto, é sempre significativa; é o que constitui "material signifiante" (cf. Kress & Van Leeuwen, 2006) num nível e, portanto, é uma característica semiótica crucial e o mesmo ocorre com o processo de produção de signos (e, portanto, de texto) (Kress & Van Leeuwen, 2006: 217). A cor vermelho-ocre é um referente estético e moral composto por um sistema de significados culturais codificados,

⁵⁹ Em conjunto com Varis (2015), Maly (2015: 3) também explica como a superdiversidade, portanto, aponta para uma perspetiva multidimensional sobre a diversidade que vai além de descrever a diversidade em termos de etnia, género, idade, idioma ou religião, mas também incorpora educação, estatuto legal, trajetórias de migração, capital humano, emprego e micropopulações translocais.

por meio dos materiais e meios de produção constituintes (Kress & Van Leeuwen, 2006: 217), e que se reporta a uma componente cromática ligada à própria cor, usualmente designada por “sangue de boi”. Funciona, de igual forma, como um elemento identitário e de proteção porque remete para um tempo em que, nas estradas, por entre as poças de lama, os carros de bois circulavam pela cidade e acabavam por sujar as paredes de cores neutras (branco, preto, cinzento) dos edifícios. Quanto à componente ligada ao cosmopolitismo, indicamos que a ilha da Madeira tem procurado reivindicar a tradição linguística ligada ao inglês britânico, como marca de prestígio da identidade local (cf. Sousa, 2009a, 2009b, 2017, 2018a, 2018b; Leuckert, Neumaier & Yurchenko, 2021). Através do sinal situado do lado direito do edifício – colocado estrategicamente como um referente à maneira como se processa a leitura na cultura ocidental (da esquerda para a direita, de cima para baixo) - que comporta a afirmação *Wine Tasting*. O significado, em português, remete, numa tradução literal, para Prova de Vinho e comporta um significado muito mais ligado com a enologia (a ciência ligada à produção e à conservação do vinho). Verifica-se, portanto, um reforço cultural correlacionado com as dimensões semântica e histórica, que se perde com a tradução. Falamos do estatuto ligado à ideia de degustação e também pela leitura de *Visitors Are Welcome*. Isto é uma estratégia de *code crossing* baseada num entrosamento de códigos que nos remete para a noção de hospitalidade, vinculativa da cultura britânica de que ser convidado é um privilégio. O idiomatismo “*Seja Bem-Vindo a esta Casa*”, em português, é mais amplo em termos de alocutários diversos. No entanto, o enunciado é dirigido a visitantes locais, residentes ou veraneantes. O contínuo semântico-discursivo é coadjuvado também pelo brasão e pelo nome de família *D’Oliveiras*, visíveis na fachada do edifício. Não só servem como elementos de continuidade e para reforçar o facto de que esta é uma tradição ligada a esta família há gerações, mas também como alusão à reputação e ao prestígio histórico da cultura local⁶⁰.

⁶⁰ Neste âmbito, e segundo Said (1994: xiii), o que temos de entender é que a cultura é um conceito que inclui um elemento refinador e de elevação, e que cada sociedade reserva o que de melhor foi conhecido e pensado. Intui-se como a cultura reforça os laços de identidade, mas também se revela a arena de combates ideológicos, como é possível observar nos recentes retornos à cultura e à tradição, na contemporaneidade, que acompanham códigos rigorosos de comportamento intelectual e moral que se opõem à permissividade associada a filosofias denominadas de liberais, tais como o multiculturalismo e o hibridismo (Said, 1994: xiii).

Figura 18. Porta n.º 228 - Zona Velha: Arte urbana.



Consideramos ser também necessário mencionar que, apesar de a cidade procurar resgatar o passado histórico através da subsequente integração de elementos representativos na organização dos espaços, também as mudanças de cariz mais inovador e contemporâneo não são, de todo, desconsideradas. A incorporação de elementos de cariz tecnológico e digital na paisagem urbana tem sido significativamente gradual, como é o caso da figura 18, onde observamos o recurso à imagem da conhecida *memé Keep Calm*⁶¹ para promover o consumo do rum da Madeira. Além disso, tem-se apostado cada vez mais numa paleta de cores vivas que seria impensável de usar nos passados séculos XIX-XX. Referimo-nos a cores como o amarelo, o cor-de-laranja, o vermelho, o cor-de-rosa, entre outras, que poderão ser muito intensas até mesmo agressivas e de difícil interpretação. Contrariamente a esta nova tendência policromática, a antiga utilização de cores neutras não pressupunha questões estéticas, mas, sim, de natureza técnica pelo uso de materiais construtivos resistentes ao tempo e ao desgaste. De igual modo, consideramos ser imprescindível mencionar que estas novas cores saturadas, e muito luminosas, também funcionam como reminiscências dos próprios ecrãs tecnológicos e digitais dos computadores e telemóveis. No entanto, é de referir que o rum poderá não ser reconhecido por todos, uma vez que não dispõe da mesma ampla projeção que têm, por exemplo, o “*Vinho da Madeira*” ou a “*Poncha Regional*” e, como terminologia técnica, poderá ser apenas identificado por produtores e consumidores muito específicos e, também, ao nível local, como um produto de consumo e fabricação muito restritos, mais especificamente

⁶¹ De acordo, com a *Wikipédia*, a conhecida *memé Keep Calm* foi inicialmente criada como um cartaz motivacional, na Inglaterra, durante a 2ª Guerra Mundial, e, dadas as difíceis circunstâncias da altura - a constante preocupação com a possibilidade de invasão pela Alemanha ao Reino Unido-, funcionava como uma mensagem de encorajamento e esperança. O seu sentido original era *Keep Calm and Carry On* (*Mantenha a Calma e Continue*, em português).

É igualmente curioso o facto de que, na época, não ficou muito conhecido. Também, até hoje, o autor permanece desconhecido.

na zona da Calheta⁶². De igual forma, ainda é possível observarmos marcas de prestígio histórico-local evidenciado pela entrada construída em pedra de cantaria e também de cosmopolitismo. Neste caso, observamos a própria configuração da porta, que alude às cabines telefônicas britânicas, bem como a própria coroa que nos remete para a ideia de um registo formal relacionado com uma “jóia da Coroa”, produzindo um contrassenso baseado na desconstrução da língua. Isto aponta para um modelo de cognição social que replica padrões de comunicação de interlocutores de vários escalões etários, estatutos económicos diferenciados e múltiplas nacionalidades que reconhecem, não só, o código linguístico inglês como também o próprio padrão sociocultural da língua inglesa, apresentando-se, assim, como um exemplo bastante representativo de dimensão intersemiótica. Compreendemos, então, como os sinais, na sua materialidade, são totalmente motivados embora, como sempre, as motivações são aquelas de uma cultura particular, num período particular, e aquelas do criador do sinal (Kress & Van Leeuwen, 2006: 217). Gonçalves (2012: 74-75) acrescenta a este respeito:

O trabalho de Papen sobre as paisagens linguísticas do Prenzlauer Berg⁶³, em Berlim, que adota uma abordagem metodológica diferente, uma vez que a autora combina a análise dos sinais e entrevistas com os autores dos sinais. Ao adotar esta abordagem esta académica aborda "a crítica levantada por outros investigadores da LL [que argumentam] que sem consultar os produtores de sinais, as interpretações dos sinais por parte do investigador correm o risco de serem unilaterais" (2012, p. 61).

Mediante esta nova realidade, onde a crescente necessidade de incorporar novas formas de construção de sentido obriga a que os signos linguísticos e visuais sejam reconfigurados e reinterpretados⁶⁴, urge esclarecer quais as mudanças mais significativas

⁶² Na verdade, ainda que não tenha uma projeção tão ampla quanto, por exemplo, o Vinho da Madeira, o rum também funciona – e de forma bem eloquente - como uma marca de prestígio histórico ligado à construção da imagem do destino dado que se remete para a presença britânica na Ilha da Madeira. De acordo com as informações disponíveis no *site*: <http://www.essencial-madeira.com/index.php/temas/1390-rum-com-tradicao> (Rum com tradição (essencial-madeira.com)), foi William Hinton, quem iniciou, em 1838, na Região, a produção desta bebida feita a partir do próprio sumo da cana-de-açúcar.

⁶³ Segundo as informações disponíveis no *site Wikipédia*, este é um dos bairros mais belos e populares da cidade de Berlim.

⁶⁴ Mais ainda, Vandenbroucke (2018: 3) chama a atenção também para a perspetiva da paisagem de Dansaert, tal como foi discutida mais tarde, em diferentes momentos no tempo, para refletir sobre a mudança social e os processos de gentrificação em curso, servindo para demonstrar como estes constituem um fator central na produção discursiva de uma determinada reputação e imagem de classe da vizinhança, aos olhos do público.

ao nível do seu entendimento. Tendo em conta as aceções anteriormente desenvolvidas, é possível entender como a memória visual - constituindo a segunda fase do processo perceptivo - diz respeito à capacidade de armazenar certas informações para processá-las num outro momento juntamente com as informações aferentes ou imediatas, sendo a base dos processos cognitivos, sejam humanos ou artificiais (Villafañe, 2006: 82).

Posto isto, afirma-se que:

[...] no Homem, o sistema de memória é feito por três armazenamentos de informações:

1. A memória transitória icónica (m.i.t.), que também recebe os nomes de armazenamento de informações sensoriais (a.i.s.) ou 'ícone', dependendo do autor usado. Este primeiro armazém tem uma natureza sensorial.
2. Memória de curto prazo (m.c.p.), que é um tipo de memória primária de natureza verbal, onde as informações, mediante técnicas de repetição, podem ser preservadas e transferidas para o próximo armazém.
3. Memória de longo prazo (m.l.p.), ou memória secundária, é o armazém definitivo de algumas informações (hábitos, conceitos, habilidades psicomotoras, linguagem, etc.).

Aqui a informação, se necessário, pode ser guardada por tempo ilimitado (Villafañe, 2006: 82).

À luz de Villafañe (2006: 82) estas três categorias constituem a dimensão estrutural e constante da memória, todavia há igualmente outra dimensão a considerar no funcionamento da memória: os processos do controlo, isto é, o conjunto de variáveis (atenção, aprendizagem, etc.) que regulam quais as informações devem de ser mantidas e quais informações não são necessárias. Simultaneamente, e mencionando Pinker (2015: 356), verifica-se uma interdependência que conecta linguagem e *know-how* (Pinker, 2015: 356). Ou seja, o produto final da aprendizagem de habilidades de sobrevivência é a informação armazenada no cérebro e que, por sua vez, também pode ser transmitida para outro cérebro (Pinker, 2015: 356). Como tal, a capacidade de partilhar informações por meio da linguagem aproveita o valor da aquisição de novos conhecimentos e habilidades (Pinker, 2015: 356). Deste modo, os contributos da

pragmática (essencialmente uma disciplina baseada na enunciação) neste âmbito são importantes tanto mais que o enunciado é difícil de definir e o significado do enunciado é moldado tanto pelos elementos linguísticos de um enunciado particular (unidades lexicais) quanto por enunciados subsequentes (Horn & Kecskes, 2013: 366). As realizações materiais da linguagem são ferramentas estratégicas utilizadas na política local, lutas de poder e reivindicações competitivas de espaço sendo que as instâncias da linguagem escrita no paisagismo não são apenas artefactos de negociações sobre o espaço (Modan & Leeman, 2009: 322) [Tradução nossa]. Na verdade, são também sinais produtivos: têm importantes consequências económicas e sociais e podem afetar quem visita, trabalha ou vive num determinado bairro (Modan & Leeman, 2009: 322) [Tradução nossa].

Nas figuras 19 e 20 que se seguem descobrimos duas configurações linguísticas e de níveis de significação bastante distintos, porém, do ponto de vista semiótico, oferecem-nos uma elucidação sobre o modo como os diferentes *designs* urbanos são influenciados pelas mudanças e convenções sociais e, por conseguinte, como são percebidos pelos cidadãos.

Figura 19. Letreiro parietal – *The Old City Pub*: Rua da Boa Viagem.



Visualmente, no letreiro do *The Old City Pub*, observamos uma estrutura formal criada pela linguagem *retro*, que nos remete para a forma cursiva de uma caligrafia fina, que se utilizava entre os séculos XIX-XX. Esta é uma estratégia visual utilizada para reportar-nos a um período já passado e que, ainda, é mais acentuada pelo uso dos arabescos que conferem um aspeto antigo ao letreiro. É uma alusão ao prestígio histórico ligado à identidade do local. Em contrapartida, a *MA Gallery* denota uma metáfora técnica que aponta para o tempo presente; para a atual rarefação da presença da caligrafia cursiva em relação às opções tecnológicas.

Figura 20. Letreiro parietal – *MA Gallery*:
Rua de Santa Maria.



Ao contrário dos arabescos, que nos aludem para uma sensação essencialmente vegetal, o nível de significação da *MA Gallery* é puramente digital pelo facto de o letreiro ser configurado a 2D e não a 3D como no caso do *The Old City Pub*. Não só se ilustra como a linguagem orgânica, ou seja, a linguagem que primordialmente descreve obras feitas à mão⁶⁵ podendo ser também entendida como humana ou vegetal, tornou-se, no momento atual, sinónimo de uma opção anacrónica relativamente às opções eletrónicas, ao ponto de influenciar a própria paisagem urbana. Os códigos linguísticos associados à representação das letras e imagens ditas “antigas” serão, igualmente, cada vez, mais associados à ancestralidade e aos espaços históricos, enquanto as “modernas” à contemporaneidade e a ambientes vanguardistas⁶⁶. Posto isto, descrevemos o que podemos definir como momento transmodal que diz respeito a uma situação de cruzamento e liminaridade (Newfield, 2009: 14) e que, na aceção de Newfield (2009: 15), baseada em Turner (1982), evidencia-se como um espaço liminar onde se denotam processos de significação migratória, apagamentos e alterações, ajudando na exploração de diálogos, oscilações e interações através e entre diferentes ideias, significados e experiências (Newfield, 2009: 15). À luz de Restrepo-Quevedo (2015: 4), a comunicação humana é multimodal e, na medida em que fatores semióticos se complementam, o sentido ou significado de um enunciado multimodal pode variar.

Além disso, as práticas comunicativas são marcadas por vários mecanismos textuais que buscam contribuir para a construção dos sentidos dos textos e alcançar propósitos comunicativos diversos (Santos & Silva, 2018: 1). Neste ponto da dissertação urge inquirir: que inovações trouxeram os novos modos de produção para o contexto da paisagem urbana, como é que estas se organizam perante o espaço urbano e de que forma é que contribuem para a criação da imagem do destino. Atentemos, por

⁶⁵ Informação disponível em <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/manufatura> (Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa (infopedia.pt)).

⁶⁶ Percebemos, assim, como as palavras e imagens – signos linguísticos e signos visuais - junto com a arquitetura desempenham um papel central no processo pelo qual ruas e bairros são imbuídos de significados culturais (cf. Lou, 2007) (Papen, 2015: 4).

instantes, para o letreiro da *Botica Inglesa*, apresentado na figura 21, e na cor vermelha utilizada na formatação das letras, implicando uma estratégia de compulsão visual onde é quase impossível não reparar no letreiro. A escolha de tal coloração deve-se ao facto de que, como anteriormente mencionámos, a luz da cidade inspirou uma nova paleta policromática de cores brilhantes e apelativas e que, atualmente, nos levam a vislumbrar o meio circundante como se o estivéssemos a ver através de um monitor digital.



Figura 21. Letreiro parietal – Farmácia Botica Inglesa: Rua Câmara Pestana

É de notar que esta farmácia histórica, fundada em 1917, é uma das mais antigas da cidade e situa-se numa zona muito movimentada, a Rua da Carreira, onde as estradas e passeios, passadeiras e semáforos colidem numa encruzilhada onde circulam várias pessoas, tanto locais como visitantes, tanto a pé como de transporte público ou privado. Aqui, é importante referirmos que se trata, igualmente, de um espaço de paragem pois, por sua vez, também obriga a que, por instantes, por causa dos semáforos, os transeuntes interrompam tanto a marcha como o trânsito e contemplem o espaço ao redor. A forma como a informação visual se alia à linguagem verbal e é organizada no espaço urbano tem que ver com a necessidade de ser rapidamente difundida. Por isso, tem de ter um efeito imediato e permitir uma memorização rápida, concentrando-se sobretudo em espaços onde ocorre grande circulação de pessoas e veículos. Como tal, apresentamos, então, segundo Augé (1992: 74), os conceitos de lugar e não-lugar para explicar como, neste caso, é importante prestar a devida atenção às diferenças que pontuam ambas as noções já que se baseiam no facto de serem polaridades fugidias: o primeiro nunca é completamente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente. Posto isto, também compreendemos como o encadeamento da informação exposta em vários suportes na sinalética abarca a forma como a cidade adota os costumes dominantes da cultura envolvente adquirindo as características mais representativas dessa mesma realidade. Assim, como as imagens dos destinos turísticos são cada vez mais acessadas através da

Internet, neste estabelecimento, é adotada uma estratégia de afinidade tecnológica⁶⁷, mas onde também comprovamos uma persistência ideológica - conservadora - pois o estilo de letra utilizado diz respeito à configuração *Times New Roman* procurando preservar qualidades das fontes pré-digitais, num contexto informático⁶⁸. Isto ocorre não só porque funciona como um reflexo da vertente sociocultural dos residentes, mas também porque os visitantes procuram não só visitar o local, mas também sentir e participar da experiência de ser um habitante local. No entanto, também consideramos ser imperativo salientar, na linha de Ravelli & Van Leuween, (2018: 4) que os padrões contra os quais as orientações de codificação foram elaboradas, pela primeira vez, também precisam de ser revisitados⁶⁹.

Figura 22. Letreiro parietal – Cabeleireiro
Joli: Rua Câmara Pestana.



Como tal, e devido ao facto de a rua, na qual se encontra o estabelecimento representado na figura 22, ser um prolongamento de uma das ruas mais emblemáticas da cidade, a Rua da Carreira (a qual já aludimos anteriormente, em relação à *Botica Inglesa*). É precisamente nesta área, que se podem observar uma profusão de exemplares de sinaléticas multimodais e elementos arquitetónicos de qualidade, relacionados com a revisitação de modelos estéticos naturalistas, como é o caso deste cabeleireiro, o *Joli*: um francesismo composto por o artigo definido masculino, *-o*, em português, seguido do adjetivo em francês, *joli*, que muda para um nome próprio. Observamos como o tipo de letra utilizado não é, *strictu sensu*, uma fonte denominada de fantasia, ou seja, uma fonte que combina representações figurativas, através de motivos vegetais, com a forma das letras, mas corresponde a uma forma sintética dessa opção. É oportuno apontar que este

⁶⁷ O estabelecimento optou, há alguns anos, por descartar quase por completo os seus equipamentos, que eram testemunhos genuínos de uma antiguidade já respeitável. Esta “modernização”, de forma unânime, descaracterizou-o poupando apenas o *lettering* na fachada.

⁶⁸ Curiosamente, é por essa razão que não é bem vista pelos *designers* de comunicação sendo designada, de forma pejorativa, como a “fonte do pato bravo” - expressão corrente, na gíria profissional dos *designers* de comunicação, para a utilização de uma fonte pré-determinada, de uso generalizado, logo banalizada e sintomática de falta de personalidade e imaginação.

⁶⁹ O 'naturalismo', na aceção de Ravelli & Van Leuween, (2018: 4), tanto em teoria como no desenvolvimento das tecnologias de imagem, tem sido sempre a 'verdade da perceção', visando a maior semelhança visual ou auditiva possível das representações com o que elas representam, estando sempre, de facto, estreitamente relacionado com o estado da arte das tecnologias de representação naturalista.

tipo de fontes foi muito popular na transição do século XIX para o século XX. Deveu-se, em parte, à difusão dos processos litográficos de impressão, que permitiram uma maior liberdade no desenho das letras, mas também, ao nível da estética, devido à difusão da corrente Arte Nova, que se propagou pela Europa nesse período. Nas laterais do letreiro, o recurso aos glifos, como elementos gráficos de inspiração vegetal, também remete para esse contexto, sendo uma versão simplificada das elaboradas decorações vegetalistas típicas da Arte Nova⁷⁰. Neste contexto, de modo explícito, ocorre o oposto do que acontece na figura 21, ou seja, denotamos um espaço moderno que se remete para o passado e para a história do local⁷¹. Assinalamos a intenção de remeter para um passado que, de uma ou de outra forma, entende-se como uma mais valia para o prestígio do estabelecimento *Joli* (à semelhança da moda relacionada no passado com o contexto cultural francês) e que é projetado através do efeito de mimetização de eventuais soluções anteriormente existentes⁷². Mas, assim sendo, de que forma é que a sinalética que comporta signos visuais e linguísticos naturalistas permite que estes modelos clássicos sejam revisitados quando existe uma crescente tendência para serem atualizados é a questão que nos interessa esclarecer. São exemplos de destaque as placas toponímicas⁷³ que podem ser contempladas nas figuras 23 e 24 e que ilustram um modelo de grande simplicidade que implica a pintura de um retângulo negro no qual são pintadas, a branco, as letras, sobre um fundo preto, que compõem os nomes das ruas que identificariam e

⁷⁰ Sugerimos, também, mas apenas como interpretação nossa e não através de fundamentação científica, se também não poderá existir uma associação com os ferros forjados das varandas que decoram as janelas dos edifícios antigos da cidade sendo que, em ambas as situações, são, sensivelmente, referenciados o mesmo período histórico e a mesma corrente estética. São exemplos da linguagem formal da Arte Nova, existindo, assim, de facto, uma relação bastante próxima.

⁷¹ Estamos, assim, perante um revivalismo que pode ou não ser assumido, sendo que, por um lado, poderá existir a intenção de associar a atividade do estabelecimento a um período em que atingiu foros de arte maior (os penteados elaboradíssimos da *Belle Époque*). Por outro lado, podemos estar perante uma simples associação visual, estritamente formal, entre os arabescos da fonte e dos glifos e o objeto da atividade, ou seja, o corte e extensão de cabelos. Esta última explicação será muito mais provável, e é ainda reforçada pelo desenho impresso logo abaixo, na montra do estabelecimento, que concretiza visualmente essa associação – os fios de cabelos como arabescos.

⁷² Neste caso, remetem-se, possivelmente, para outros eventuais estabelecimentos que ocuparam o mesmo espaço e que, desta forma, não só continuam a ser recordados pelos residentes, mas também a ser divulgados aos visitantes – dessa forma mantendo viva a sua presença no local - mesmo que tenham desaparecido há muito.

⁷³ Ao nível da toponímia, a Ilha da Madeira detém uma grande variedade de arruamentos: ruas, caminhos, calçadas, becos, veredas, travessas, avenidas, escadinhas, etc., que poderiam ter sido considerados, mas a escolha destas duas travessas não se deu nem por preferência do investigador nem com o intuito de comparação entre ambas relativamente à importância ou localização, mas, sim, por um cariz aleatório.

ainda, por baixo, uma seta com uma forma idêntica à de uma flecha a apontar o caminho a seguir⁷⁴.

Figura 23. Placa toponímica: Travessa das Torres.



Figura 24. Placa toponímica: Travessa do Acciaolli.



Esta configuração vigorou nas placas toponímicas do Funchal praticamente até às duas últimas décadas do século XX e, ainda hoje, o modelo original é parcialmente respeitado. Assim, acrescente-se como Järlehed, (2017: 6), segundo a perspectiva de Light & Young (2015:435), procura demonstrar-nos como "mesmo a sinalização material que identifica nomes de ruas pode ser apropriada dentro das estratégias de marca e promoção" sendo utilizada para dar aos sinais e à área onde são afixados um apelo histórico e pitoresco assumindo, assim, funções expressivas (Järlehed, 2017: 6). Este é um modelo – pode dizer-se – “icónico” presente na memória da cidade e que tem acompanhado gerações não só de residentes como também de visitantes e, no seu minimalismo, não serão possivelmente uma solução única, ou uma solução particularmente apelativa de um ponto de vista estético convencional, porém, com o tempo e a convivência inevitável, adquiriram uma qualidade própria que não se prende à qualidade intrínseca, enquanto eventuais imagens de qualidade, mas ocorre associada ao facto de povoarem as nossas memórias da vivência da cidade com uma familiaridade incontornável⁷⁵. A formatação e estilização das letras que as compõem aparece essencialmente no século XIX e designa-se por "fonte *stencil*", sendo um formato inspirado pela Revolução Industrial. Aponte-se

⁷⁴ Um pormenor interessante é que as setas configuradas nas placas toponímicas do Funchal, com muita frequência, confundem os transeuntes dado que em vez de, efetivamente, apontarem a direção correta a seguir, indicam, na verdade, os pontos onde as ruas começam e/ou acabam.

⁷⁵ Apesar da presença muito discreta na paisagem da cidade, estas placas comportam uma relevância tão grande que, em alguns casos, quando o município sentiu necessidade de criar placas toponímicas mais sofisticadas, em materiais mais “nobres”, como o metal, e para efeitos comemorativos, optou por soluções que reproduzem sensivelmente o modelo original, mais simples, facto que podemos repetidamente observar durante o processo de recolha fotográfica efetuado. Determinar a natureza consciente ou inconsciente desta opção requer uma pesquisa específica, que não caberá no âmbito deste trabalho, mas a simples constatação da frequência com que ocorre é notória, particularmente no que se refere à relevância do modelo original para a cultura visual local.

ainda o papel importante que desempenhou, enquanto recurso estético-formal inovador, no contexto das manifestações artísticas das vanguardas pictóricas do início do século XX, e particularmente no âmbito dos movimentos associados ao Cubismo⁷⁶. O seu objetivo principal era o de serem económicas, muito práticas e simples de utilizar: são executadas a partir de moldes, tipicamente metálicos, a partir dos quais são pintadas as letras. A forma das letras espelha os constrangimentos do molde, daí as áreas ditas em falta na mancha do corpo das letras e a seta também é executada do mesmo modo⁷⁷.

Neste contexto, é assinalável a diferença entre os dois exemplos escolhidos: a placa da Travessa das Torres é um exemplar típico (pintado/afixado na parede); a placa da Travessa do Acciaolli é uma versão mais recente, já em suporte independente da parede. Na prática, é, na verdade, uma solução menos funcional que a anterior: ocupa mais espaço e é muito menos económica, mas reproduz as características típicas da solução mais antiga. Também observamos uma diferença muito significativa do ponto de vista da tipografia: o tipo de letra já não é *stencil*, é uma fonte sem serifas (ou seja, a letra é "esquelética", reduzida aos traços essenciais para o seu reconhecimento - as serifas são os pequenos acrescentos nas extremidades, que aqui estão ausentes). Este tipo de fonte é de invenção e difusão mais recente, tendo-se tornado praticamente hegemónico, particularmente com a era digital. Neste caso, tudo aponta para o facto desta placa ter sido executada através de um sistema digital, e já não artesanal. E aqui é significativo observar que o *design* da placa ficou a meio caminho de reproduzir o sistema tradicional: mimetizou o formato da placa, os seus elementos e a suas cores, mas não teve em conta a importância notória do tipo de fonte que se impunha manter para reproduzir o sistema tradicional. Existem inúmeras fontes *stencil* digitais, acessíveis em qualquer sistema operativo, logo, não teria sido difícil utilizá-las nesta situação. No entanto, pode ocorrer que essa opção seja intencional: existe a ideia de preservar o referido carácter icónico do objeto, mas evitando o *pastiche* através de uma atualização que se concretiza através do uso de uma fonte mais

⁷⁶ Assinale-se, a título de exemplo significativo, a presença deste recurso na obra do pintor vanguardista português Amadeo de Souza-Cardoso, (1887-1918) nomeadamente no célebre quadro "Zinc" ("Sem Título"), de cerca de 1917.

⁷⁷ Este processo explicará a razão de nenhuma placa ser exatamente igual a outra, no que se refere ao espaçamento entre as letras e as palavras, e à ordenação das linhas, ocorrendo mesmo ligeiras diferenças na forma das letras e das setas. Esta irregularidade, e, da mesma forma, os pequenos defeitos na execução, investem estas placas toponímicas de um cariz artesanal e, inadvertidamente, de um carácter humanizado, em vivo contraste com a sua atual natureza industrializada.

recente⁷⁸. Ainda a propósito destas placas, observamos que, no mesmo momento em que estão com tendência a serem descaracterizadas, ou mesmo a desaparecer, se está a gerar um interesse mais consciente pelas mesmas, o que sublinhará a sua relevância.

Figura 25. Saco de divulgação da cidade do Funchal (Município do Funchal) 1.



Figura 26. Saco de divulgação da cidade do Funchal (Município do Funchal) 2.



Exemplo desta tendência de consciencialização tem que ver com a iniciativa *Há Vida na Cidade* onde se procedeu à fabricação de materiais, tais como o saco de pano representado nas figuras 25 e 26, produzido com o patrocínio da Câmara Municipal do Funchal, no qual são impressos desenhos que representam essas mesmas placas toponímicas, mas em que se associam nomes de diferentes ruas em cada placa (talvez como trocadilhos humorísticos). Assinala-se, igualmente, a preservação das principais características visuais do sistema de sinalização tradicional e, como tal, referenciando Blommaert & Maly (2014: 4), indicamos que todos os sinais podem ser analisados da seguinte forma:

- (1) Os sinais apontam sempre para os seus produtores e os modos e condições da produção do sinal. A história do sinal é visível no próprio sinal. A linguagem que está a ser usada, o *design* e os materiais são todos índices das condições sociolinguísticas de produção.
- (2) Os sinais apontam sempre para o futuro, para os destinatários pretendidos. Os sinais destinam-se a resultar em certos comportamentos de um determinado grupo de pessoas, excluindo outras [...].

⁷⁸ Seria interessante descobrir se esta explicação é a correta ou, como pode muito bem ter acontecido, esta opção ser meramente circunstancial, ou talvez determinada pela maior legibilidade da fonte sem serifas, particularmente a uma certa distância, relativamente à fonte *stencil*.

(3) Os sinais evidentemente também apontam para o presente, para a sua localização. A colocação física de um sinal não é um dado aleatório; em vez disso, os sinais são colocados e encontrados em lugares específicos por uma razão particular [Tradução nossa].

Salientamos, no entanto, que o nosso ponto de interesse nesta fase será o de abordar a forma como os valores e ideologias compartilhados por uma sociedade influenciam a criação da sinalética exibida nos espaços urbanos e, também, o que esta pode denotar sobre as semelhanças e disparidades entre culturas. Posto isto, os sinais apresentados em seguida, que dão conhecimento de alarme de incêndio e de saída de emergência comportam apenas dois códigos linguísticos distintos: o português e o inglês (cf. norma e a sua expressão em inglês visando a standardização) sendo que, em ambos os casos, a informação traduz-se com o mesmo significado tanto numa língua como noutra.

Figura 27. Alarme de incêndio 1 – Campus Universitário da Penteadá, Piso 01.



Figura 28. Alarme de incêndio 2 – Campus Universitário da Penteadá, Piso 01.

No entanto, no caso dos alarmes de incêndio, apercebemo-nos que em vez de ser traduzida a palavra em inglês, *Fire*, para português, *Fogo*, tal não foi considerado. Compreendemos que tal deve-se à própria marca da empresa que fabrica e instala estes alarmes nas paredes dos edifícios; porém poder-se-ia perfeitamente ter optado por um autocolante escrito com a tradução específica. Tal prende-se com o facto de que, muito provavelmente, existe a pressuposição de que todos os indivíduos que visualizarem esta sinalética saberão certamente o que significa *Fire* porque o inglês, como língua internacional da comunicação e também de codificação da sinalética, das instruções universais e normas de segurança e de uso do espaço público, adota uma posição de prestígio no quotidiano das atuais sociedades. As instruções que se encontram traduzidas devem ser explícitas relativamente ao conteúdo proposicional, sobre o que se deve fazer para ativar o dispositivo em questão e esclarecer como estas indicações devem ser seguidas, sem quaisquer distinções culturais ou linguísticas, dadas as circunstâncias em que se impõe uma urgência que requer a eliminação clara de barreiras idiomáticas. Por sua vez, a cor vermelha, também alude à conduta (cf. agir comunicativo de Austin, 1975) que deve de ser exibida neste tipo de situações se, de facto, acontecerem dado que é associada ao

perigo e à emergência⁷⁹. De outra perspectiva, a seta indicativa de saída de emergência aliada à própria cor verde, alegórica da esperança e da liberdade no código cultural português, remete-nos para o facto de que se seguirmos a direção apontada alcançaremos um lugar seguro, longe do perigo e que tudo vai ficar bem⁸⁰.

Figura 29. Seta de saída de emergência – Campus Universitário da Penteadá, Piso 01.



Mediante esta perspectiva, o cartaz informativo relacionado com a Covid-19 oferece-nos uma reflexão sobre como a sinalética é culturalmente percecionada e se será sempre adequada ao espaço onde deve funcionar.

Figura 30. Cartaz informativo: Coronavírus – Campus Universitário da Penteadá, Piso 0.



Este sinal reporta-se a uma fase inicial da pandemia, o que é notório na própria designação - Coronavírus em vez de Covid, designação adotada posteriormente por economia linguística refletindo a cognição social -, mas também no teor da advertência diretamente dirigida a viajantes recentes, com incidência nos viajantes oriundos da China. O que é interessante, é que nesta sinalética são apresentados códigos linguísticos não só em português e inglês, mas também em mandarim que não é de todo exibido no contexto sociocultural e linguístico da Madeira sendo, por isso, uma ocorrência bastante

⁷⁹ Esta associação não é apenas uma construção cultural, derivando de mecanismos naturais, o que explica a sua universalidade. A cor vermelha, na natureza, ocorre em situações que exigem cautela (alta temperatura, fogo, sangue vertido), sendo utilizada por animais e, até pela flora, para salientar o facto de serem venenosos.

⁸⁰ A cor verde, que é a cor mais comum na natureza, é associada ao mundo vegetal e, por associação, à presença de água e alimento sinalizando a presença de vida (os oásis no deserto ou os bosques na savana). Já a simbologia que associa o verde à esperança e à liberdade é uma construção cultural, mas esta é fundada sobre uma experiência original que deriva da natureza (que se torna progressivamente mais remota, atualmente).

inesperada. Para os não-falantes, as traduções tanto em português (a língua materna em Portugal) como em inglês (a incontornável língua da comunicação global no presente) funcionam perfeitamente no seu papel como auxiliadoras mútuas para um entendimento correto da informação exibida bem como as imagens que procuram ilustrar o que está explícito no enunciado escrito. Sendo em contexto cosmopolita há a necessidade de incluir o maior número de interlocutores na interpretação do conteúdo proposicional codificado na sinalética.

Não obstante, se analisarmos esta sinalética específica de uma outra perspetiva, e tendo em conta que, praticamente, não existem muitos falantes de mandarim na Madeira, a escolha do mandarim revela-se mesmo inusitada. Mencionamos que o aviso reporta-se à fase em que, localmente, o contágio se fazia essencialmente por via de cidadãos recém-chegados, e a transmissão local se relacionava diretamente com esses convívios⁸¹. Outro elemento visual conspicuamente ausente é a imagem da máscara, que, desde o início da pandemia se tornou omnipresente, mas, parece-nos que continua a ser um exemplo legítimo, particularmente porque decorre de uma situação que foi mudando, como se dirá, no âmbito da era tecnológica e digital, em "tempo real". No entanto, sem um estudo muito mais detalhado dos elementos sociais, cognitivos e discursivos das estruturas, estratégias, processos ou representações envolvidas neste campo da reprodução 'moderna'⁸² de domínio e ideologias, tais análises pouco mais vão além de *slogans* fáceis ou de análise social superficial e crítica (Van Dijk, 1998: 275). Mas, por conseguinte, como é que a sinalética vigente nos espaços urbanos está intrinsecamente ligada com as capacidades cognitivas e com os atos de processamento da linguagem pelos cidadãos (interlocutores privilegiados) é, para nós, um outro ponto de interesse que convém investigar. Damos conta como Domke (2015: 3) procura demonstrar-nos como a sinalização de proibição se destina a regular, por exemplo, o acesso a edifícios e lugares, possíveis atividades e à utilização de praças de mercado ou parques infantis, mas que, de igual forma, a noção de proibição deve de ser entendida num sentido mais amplo, que inclui não só proibições

⁸¹ Neste momento, os cartazes e avisos deste género, já apresentam informações diferentes, reflexo direto de estratégias que procuram lidar com uma realidade diferente, caracterizada pela proliferação de cadeias de transmissão local. Note-se um pormenor, do ponto de vista da linguagem visual: o contacto é representado através de uma imagem de contacto físico direto - o aperto de mão -, o que, atualmente, será menos provável acontecer, uma vez que o meio principal de transmissão está claramente identificado como sendo o aéreo.

⁸² Mantemos os parênteses consoante os raciocínios de Van Dijk.

justificáveis, mas também avisos, instruções e pedidos. No caso do sinal que representa a proibição de fumar, encontramos códigos linguísticos representados em três idiomas: português, inglês e francês. Embora, há alguns anos atrás, fosse considerado algo absolutamente normal, que podia ser feito por qualquer pessoa e em qualquer lugar, compreendemos como o ato de fumar, cada vez mais, está a tornar-se obsoleto devido a uma maior consciencialização dos problemas causados pela inalação do fumo do tabaco.

Figura 31. Sinal de proibição de fumar – Campus Universitário da Penteada, Tecnopolo, Piso 0.



Esta realidade não só é evidente no contexto sociocultural da Madeira como também nos parâmetros convencionais de outras sociedades e culturas globais, residindo aí a relevância que justifica a observação desta sinalética visto que nos dão conta da projeção que esta evidência, face ao consumo de tabaco, tem, tanto aos níveis local como não-local, e como é uma característica ideológica partilhada, de forma notoriamente gradual, entre diferentes culturas⁸³. Do mesmo modo, a sinalética que nos elucida acerca de uma aconselhável precaução e refreamento de ações indecorosas ou até mesmo ilícitas devido ao facto de estarmos numa área que se encontra protegida, sobre videovigilância, também nos demonstra como a informação se aplica tanto a indivíduos falantes e não-falantes da língua portuguesa, locais e residentes e não-locais e não-residentes e também visitantes, de forma indiferenciável⁸⁴.

⁸³ O carácter conspícuo do sinal decorre da cor utilizada e do grafismo muito explícito e conciso na comunicação da sua mensagem proibitiva, é um reflexo da unanimidade com que é acolhida a condenação do ato de fumar, no momento atual. O fato de não se ter ilustrado a inconveniência do ato, que justifica a proibição, reflete a convicção de um imperativo categórico.

⁸⁴ Na prática, esta sinalética compele-nos a refrear o comportamento de uma maneira implícita e sub-reptícia. Elucida-nos, explicitamente, que estamos a ser observados para nossa própria segurança, mas invoca o registo permanente das nossas ações como ameaça velada de uma potencial punição (não ocorre a nenhum observador deste sinal que pode ser premiado pelo seu bom comportamento). O efeito de refreamento é efetivamente universal, apesar do discurso ser específico de uma sociedade que está obrigada por lei, por um princípio assumido, a respeitar a privacidade dos cidadãos, ou a manter as aparências quando não se lhe apresenta alternativa à parcial violação desse princípio (cf. Austin, 1975). O texto pode então ser lido como a justificação do que é carregado pela imagem. A crença ou descrença na mensagem – escrita-, não interfere significativamente com a resposta que a maioria dos indivíduos possa dar à mensagem implícita – imagem. A tensão entre as duas mensagens não interfere significativamente com a resposta, a curto prazo, em observadores de culturas diferentes.

Figura 32. Aviso de videovigilância – Campus Universitário da Penteada, Piso 01.



Na sinalética já anteriormente estudada (e que é observada nas duas imagens localizadas acima), é evidente que até as próprias cores ligadas a estes sinais contêm os seus próprios significados. As imagens 31 e 32 elucidam-nos para o modo como os códigos linguísticos e visuais apresentam características que, por um lado, podem ser entendidas universalmente, independentemente da cultura onde se inserem, e, por outro, apenas localmente e por públicos conhecedores dos padrões socioculturais em vigor. Então, segundo Van Leeuwen (2005: 3), compreendemos como os sinais são vistos como sendo a união do significante - uma forma observável, como uma certa expressão facial ou uma certa cor - e um significado - tal como desaprovação ou perigo. Decorre, assim, que a perspetiva sobre o modo como as línguas se constroem social e geopoliticamente que é necessária não só para a compreensão das linguagens, mas também para situações em que haverá motivos tanto para mudá-las como para mudar a maneira como pensamos sobre as mesmas (Makoni & Pennycook, 2007: 27). Em suma, corroborando Kecskes (2014: 3), compreendemos como ninguém nega que a comunicação humana contém vários recursos universais. No entanto, um olhar mais atento sobre a produção e compreensão de línguas bilingues e multilingues, bem como a interação intercultural, demonstra que as características não são universais sendo que existem ambas semelhanças na comunicação intracultural e intercultural (Kecskes, 2014: 3)⁸⁵.

⁸⁵ Esta particularidade também é observada por Capone & Mey (2016: 47), mas realçam, por outras palavras, como uma atenção mais minuciosa sobre a produção e compreensão bilingue da linguagem, bem como sobre a interação intercultural, demonstra que a linguagem - e as características específicas da cultura são tão importantes quanto as características universais.

3. Multimodalidade

Segundo Dias & Barracho (2010: 86) o mundo que nos rodeia não consiste numa multiplicidade de pontos e diferentes formas e cores. Alertam-nos sobre a forma como os sujeitos tendem a ignorar a uniformidade e a prestar especial atenção às partes com formas variadas (Dias & Barracho, 2010: 86). Inclusivamente, isto é extensivo a outras modalidades como o espaço e o tempo, o que permite aos indivíduos descreverem o meio que os envolve de maneira mais económica, com menos esforço cognitivo, dando-lhe um tipo peculiar de estrutura (Dias & Barracho, 2010: 86). Na aceção de Lash, Scott & Urry (1993: 15) o que está a ser produzido de forma crescente não são objetos materiais, mas sinais sendo que estes são principalmente de dois tipos: ou têm um conteúdo essencialmente cognitivo e, portanto, são bens pós-industriais ou informativos, ou segundo Eagleton (1989), têm principalmente um conteúdo estético, no sentido mais lato da estética, e são principalmente bens pós-modernos (Lash, Scott & Urry, 1993: 15)⁸⁶. Então, segundo Ravelli & Van Leuween (2018: 1-2), aludindo às definições de Hodge & Tripp (1986: 2), a modalidade é "a realidade percecionada do conteúdo [de um texto]" ou ainda, por outras palavras, a modalidade é a propriedade (ou combinação de propriedades) de uma representação que é entendida como sendo mais ou menos real [Tradução nossa]. Observamos, então, segundo Jewitt, Bezemer & O'Halloran (2016: 2), como as questões multimodais que estreitam a 'divisão de trabalho'⁸⁷ entre as disciplinas são tradicionalmente focadas na construção de significado, com o fundamento de que, no mundo que estamos a tentar explicar, diferentes meios de construção de significado não estão separados, mas quase sempre aparecem juntos: a imagem associada à linguagem verbal no suporte escrito, a fala com os gestos, o simbolismo matemático com a escrita e assim por diante. No entanto, o que devemos ter em conta é que não é somente o conceito de modalidade que nos interessa, mas, sim, multimodalidade. Posto isto:

[...] o conceito de multimodalidade é baseado em diferentes tradições científicas com mudanças no uso dos termos, mas com acordos definidos em relação ao assunto e que são permanentemente

⁸⁶ Refletimos como esta progressiva tendência de produção de sinais está a ocorrer não só na proliferação de objetos não-materiais, que constituem uma componente estética substancial, mas também na componente crescente do valor do sinal ou da imagem em objetos materiais dado que esta estetização pode ter lugar quer na produção, quer na circulação e consumo de tais bens (Lash, Scott & Urry, 1993: 15).

⁸⁷ A presença dos parênteses na citação original de Jewitt, Bezemer & O'Halloran (“...'*division of labour*'...””) é respeitada pelo autor do texto pelo que permanece inalterada mesmo após a tradução.

alimentados por contribuições de diferentes campos conceituais, que permitem aprofundamento de acordo com as compressões das interações dos sujeitos em comunidade ou dos atos comunicativos que produzimos em contextos sociais (Restrepo-Quevedo, 2015: 3).

No entanto, Bezemer, Jewitt & Van Leuween (2020: 8)⁸⁸ descrevem-nos como esta foi uma questão que se tem tornado cada vez mais importante porque, afinal, quem documenta a vida social de quem - as suas experiências, aprendizagem, etc. - para quem, onde, como e para que efeitos⁸⁹. Segundo Carvalho (2010: 266), reportando-se à perspectiva de Jewitt (2009: 14-16), podemos assinalar quatro suportes teóricos segundo os quais assenta a abordagem multimodal:

A primeira suposição básica é a de que os significados são produzidos, distribuídos, recebidos, interpretados e reproduzidos através de uma série de modos comunicativos e representacionais – gesto, postura, olhar, imagem, por exemplo –, e não somente através da linguagem escrita ou falada. A segunda suposição defende que todos os modos semióticos, além da fala e da escrita, são moldados através dos seus usos culturais, históricos e sociais, a fim de realizarem diferentes trabalhos comunicativos. A terceira suposição remete ao fato de que as pessoas regem significados através da seleção e da configuração de diferentes modos, pelo que a interação entre tais recursos é extremamente importante para a produção de novos significados. A quarta suposição, por sua vez, sublinha que os significados dos signos realizados pelos modos semióticos são sociais, isto é, constituídos pelas normas e regras operadas no momento da produção do signo.

Como tal, Geldenhuys (2019: 19) alude a Tam (2008:1) para afirmar que a comunicação visual está ao nosso redor, sendo uma habilidade de sobrevivência que tendemos a tomar

⁸⁸ Os autores invocam Gunther Kress, no texto original, a partir de uma fonte não explicitada pelos mesmos, e que não nos foi possível determinar por outra via.

⁸⁹ Sobre isto Themistocleous (2018: 4) alude ao artigo pioneiro de Landry e Bourhis (1997) onde explicam que, a fim de compreender a ligação entre o discurso exibido publicamente e a realidade sociolinguística: [...] “os objetos linguísticos foram expandidos para incluir textos verbais, imagens, objetos (Shohamy e Waksman 2009), roupas que as pessoas usam (Coupland 2010), graffiti e arte de rua (Hanauer 2011; Papen 2012; Pennycook 2010) enquanto Sebba (2010) argumenta que os académicos não deveriam estudar apenas textos 'fixos', mas também os efémeros como cartazes, pósteres, textos em movimento nos autocarros / comboios e até cheiros” (Pennycook e Otsuji, 2015) [Tradução nossa].

como certa pois utilizamo-la para navegar e compreender o mundo [Tradução nossa]. Seguindo esta linha de pensamento, e tendo em conta a visão de Kress & Van Leeuwen (1996, 2006), remetemo-nos para as chamadas *metafunções* e sobre como são realizadas, nomeadas e descritas por três estruturas de representações diferentes umas das outras: a *metafunção representacional*, que descreve os participantes da ação; a *metafunção interacional* que descreve a interação social construída por meio da imagem; e a *metafunção composicional*, para buscar apreender de que forma os elementos que constituem a imagem são combinados e ajustados numa proposição coesa e coerente (Carmo, 2009: 3). Mais ainda, Carmo (2009: 3) apoia-se nas *metafunções* propostas na *Gramática Sistémico-Funcional* de Halliday (1985) na qual, por sua vez, também Kress & Van Leeuwen (1996) se fundamentaram para criar a sua própria gramática descritiva da sintaxe visual, de forma a explicar como cada uma dessas *metafunções* seriam realizadas por sistemas diferentes, mas interligados (Carmo, 2009: 3). Considerando tais pressupostos, então, interrogamo-nos como é que estas *metafunções* se evidenciam particularmente na sinalética da cidade do Funchal, e que narrativas é que podem ser extraídas a partir das mesmas. Relativamente à problemática levantada nesta secção, a presente seleção de imagens pretende responder e ilustrar como é que a variação de registo / género é universal porque todas as culturas usam a linguagem em diferentes situações para diferentes propósitos comunicativos (Biber & Conrad, 2009: 24).



Figura 33. Placard móvel de informação – Café do Teatro: Avenida Arriaga.

Se observarmos, com atenção, no menu do Café do Teatro denotamos a existência de uma refeição bastante invulgar e que, mediante o contexto sociocultural português, provavelmente, não deverá ser muito conhecida nem mesmo muito apreciada, o *Fish and Chips*.

Primeiramente, denotamos uma *metafunção interacional* que nos remete para a interação da cultura portuguesa com a cultura britânica pois, entre todos os pratos (maioritariamente

regionais) exibidos, o *Fish and Chips* é um prato emblemático do Reino Unido feito à base de peixe frito com batatas britas. Parece ter-se originado com o desenvolvimento rápido da pesca com rede de arrasto no mar do norte, na segunda metade do século XIX e acabou por tornar-se um modo de alimentação barato e rápido entre os membros da classe operária britânica⁹⁰.

Figura 34. Cartaz publicitário – OldTimer Tours: Rua dos Ferreiros, Rent-A-Car Madeira n.º 161.



Seguidamente, no caso da publicidade relacionada com a *OldTimer Tours*, verificamos a existência de uma *metafunção composicional* em que os elementos imagéticos (os carros clássicos endémicos do século XX) e linguísticos (a estilização das letras), que foram escolhidos para a sinalética em apreço, remontam para um tempo antigo aludindo ao facto de que se trata de uma empresa do Funchal que atua no setor da animação turística sendo que, por isso, possui uma frota única de carros e veículos antigos oferecendo um serviço totalmente personalizado, adaptando-se às características do evento pretendido⁹¹.

Figura 35. Placard móvel de informação – English Church Concerts: Rua dos Aranhas.



⁹⁰ Informação baseada nos dados disponíveis na *site Wikipédia*. Também, conforme as indicações que consultámos tanto na *Wikipédia* como em vários outros *sites* como o https://pop-culture.fandom.com/wiki/Fish_and_chips, apesar de ser uma refeição bastante característica do Reino Unido, o facto é que também foi adaptada para outras partes do mundo e é consumida, por exemplo, na Dinamarca, na África do Sul, nos EUA, na Índia ou até mesmo no Japão, onde é conhecida por tempura (só para nomear apenas alguns países).

⁹¹ Esta é uma informação baseada nos dados no *site* <https://www.casamentos.pt/carros-casamento/oldtimer-tours--e108590>.

Por último, a sinalética que comporta diversos anúncios de espetáculos integrados por vários estilos de música (clássica, jazz, rock, etc.) é evidenciadora de uma *metafunção representacional*, na medida em que convida os recetores da informação que transmite para servirem como participantes diretos nos eventos musicais comunicados ao público – neste caso, a assistirem na plateia às atuações dos artistas.

Os textos postulam e implicitamente configuram, segundo Fairclough (1992: 133), posições interpretativas para sujeitos interpretativos que são 'capazes' de usar suposições da sua experiência anterior para fazer, intertextualmente, conexões entre os diversos elementos de um texto, e gerar interpretações coerentes sobre toda a diversidade interna dos elementos de um texto simultaneamente para as suas várias dimensões de significado, ideacional e interpessoal (Fairclough, 1992: 133) [Tradução nossa]. Sob a mesma perspetiva, sugerimos também o seguinte exemplo onde, à primeira vista, o letreiro comercial do restaurante *Basmati* não oferece grandes dificuldades interpretativas, mas, na verdade, exige muito mais do que uma interpretação formal e, sim, uma autêntica capacidade de entendimento cultural e multimodal.

Figura 36. Letreiro em relevo – restaurante indiano e nepalês
Basmati: Rua de Santa Maria



Em português, não há equivalente para a palavra *Basmati* o que, por sua vez, não permite a elaboração de uma tradução literal. Sendo assim, podemos inferir que os interlocutores que observarem este letreiro talvez nem se incomodem a descodificar o seu verdadeiro significado. Interrogamo-nos se, no seu processo de descodificação e interpretação, não formulariam o facto de que este constitui somente mais um nome excêntrico para outro restaurante exótico entre tantos que, agora, são notavelmente visíveis um pouco por toda cidade do Funchal. Na verdade, *Basmati* é uma palavra que descreve um tipo específico de arroz originário da Índia. Se o contexto cultural onde se insere este lexema não é conhecido, não vai ser corretamente interpretado. Até a imagem que serve como logótipo

do restaurante leva possivelmente a interpretações desviantes visto que, devido a pormenores estéticos, aliados à semelhança da espiga representada com uma espiga de trigo quanto na verdade é de arroz, pode também dificultar a compreensão do texto multimodal - percecionada como uma referência direta ao verdadeiro significado do nome do estabelecimento e, provavelmente, também como sugestão a algum prato emblemático servido no restaurante. Reafirmamos, desta maneira, que, se não conhecermos muito bem o contexto cultural de onde provém este lexema, não conseguimos descodificar o que está a ser apresentado (cf. translinguismo já mencionado no item 2) e, como tal, criar um sentido fidedigno perante o que estamos a vislumbrar. Nestas situações, apenas são abrangidos uns grupos muito restritos de indivíduos que sejam capazes de reconhecer os padrões linguísticos e socioculturais representados reafirmando que se uma imagem, ou qualquer parte de uma imagem, que não seja familiar a um leitor irá permanecer não codificada (Unsworth & Cleirigh, 2009: 159).

Baseando-nos em Lemke (2009: 141), a noção de intertexto e cultura leva-nos, de modo sequencial, às histórias biográficas dos utilizadores (quais os intertextos que encontramos, quais as disposições interpretativas que formulamos) e às normas e convenções culturais para a produção, interpretação e uso institucional de obras de um determinado tipo, bem como a classificação cultural de tipos reconhecidos. Seguindo Santos & Silva (2018: 1) indicamos que a intertextualidade é uma das estratégias que têm sido amplamente utilizadas nas práticas comunicativas sendo um fenómeno cognitivo, diretamente relacionado à produção de sentidos, uma vez que todos os textos produzidos remetem-se a outros fragmentos, e que se manifesta na cultura contemporânea ligando-se profundamente às atividades humanas por meio de inferências, de ativação e de reconhecimento do papel textual (Santos & Silva, 2018: 3). Se assim é, então, mediante o processo de intertextualidade, observaremos de que forma é que o texto escrito e o texto visual, se complementam de forma a produzir sentido. Verificamos que, no letreiro do restaurante/bar *Arsenal*, presente na figura 37, a escolha lexical que designa o estabelecimento leva, muitas vezes, a leituras ambíguas quanto ao seu verdadeiro sentido devido ao desconhecimento ou incompreensão da narrativa sociocultural e do padrão linguístico em exposição.

Figura 37. Letreiro parietal – restaurante/bar Arsenal: Largo do Corpo Santo.



Nesta situação, muitos interlocutores remeter-se-iam, possivelmente numa primeira leitura literal, para um significado relacionado com uma coleção de armas e equipamento militar⁹². No entanto, não é através desse domínio que deve ser entendido o nome deste restaurante. O lexema *arsenal*⁹³, em português tem essa aceção, mas também pode designar um local onde os barcos são construídos ou reparados.

A própria imagem, que funciona como logótipo do estabelecimento, representa um barco antigo, construído em madeira, sem mastros nem velas, aportado junto a um edifício que, pelo verdadeiro contexto imagético, deverá ocupar-se de montar ou consertar a embarcação. Porém, questionamos se os diversos significados existentes no contexto de uma cultura específica poderão ser inteiramente compreendidos noutra.

No letreiro da Tasquinha do *Monsieur*, presente na figura 38, seleccionámos um exemplo bastante representativo de situações em que, mediante a constatação de sinaléticas como esta, os interlocutores teriam que ter um conhecimento significativo da cultura local para perceber que, neste caso, se trata de uma situação humorística.



Figura 38. Letreiro parietal – Tasquinha do Monsieur: Rua de Santa Maria.

Na sua aceção mais simples, a definição da palavra *tasca* refere-se, na língua portuguesa, a um estabelecimento modesto onde se servem bebidas e refeições⁹⁴. O recurso ao diminutivo *tasquinha*, derivado da palavra original, poderá não só ser uma constatação

⁹² Definição disponível no site: <https://www.lexico.com/definicao/arsenal>.

⁹³ De facto, ao consultarmos vários dicionários *online*, pudemos comprovar como a primeira entrada que aparece é relativa à construção e reparação de barcos e navios parece ser a mais legitimada sendo seguida, em segundo lugar, pela aceção de armas e equipamento militar. No entanto, questionamos se, na verdade, não deveria ser ao contrário como comprovámos em alguns dicionários (muito poucos em comparação com todos os outros como é o caso do *Léxico.pt: Dicionário de Português Online*). Na nossa opinião, inferimos que a maioria das pessoas quando ouve falar em *arsenal* reportar-se-á, na verdade, ao sentido bélico da palavra e não ao naval sendo que essa aceção deverá ser a que, maioritariamente, os nativos se remetem conforme a sua percepção cognitiva do contexto quando pensam num *arsenal*.

⁹⁴ Definição disponível para consulta em <https://dicionario.priberam.org/tasca> (*tasca - Dicionário Online Priberam de Português*).

sobre o tamanho reduzido do estabelecimento no segmento da restauração, mas também para conferir um tom de carinho e estima (fidelização de clientes)⁹⁵. No entanto, não podemos deixar de mencionar o tom pejorativo – até discriminador – que comporta a palavra *tasca*, em português, e que nos alude a um espaço sujo e imundo, desornado, com mau aspeto e mal frequentado⁹⁶. Por sua vez, os falantes portugueses e pertencentes ao contexto sociocultural da Madeira conseguem observar a ironia aliada ao contexto humorístico. Porque *monsieur* (forma de tratamento de cortesia em francês), em português, comporta o significado de *senhor*; *cavalheiro* e tal pessoa, - pelas razões apontadas acima - nunca frequentaria tal estabelecimento pitoresco, mas apelativo. Tornar-se-á ainda mais humorístico se tivermos em consideração a caligrafia de inspiração *retro*, também já anteriormente mencionada, que remete a uma assinatura nobre e coadjuvada pelo bigode com as pontas encaracoladas e viradas para cima, em suma, a imagem de marca de um autêntico “senhor de bem”. Podemos intuir que se os interlocutores desconhecedores do contexto linguístico-cultural português interagissem com este enunciado específico, provavelmente, não perceberiam o sarcasmo inerente ao letreiro que consigna duas realidades que, de outro modo, seriam incompatíveis.

Assim, de acordo com Prinsloo & Krause (2019: 10), compreendemos como as práticas de linguagem são sempre alinhadas com outras práticas socioculturais e materiais, algumas novas e outras antigas, formando um 'nexo de prática' (*'nexus of practice'*)⁹⁷, uma configuração de ferramentas e ações com várias convenções e histórias associadas que se reúnem para formar sequências compreensíveis de ações, disponibilizando aos atores sociais, no espaço urbano, a confirmação (e revisão) sobre as suas identidades sociais reconhecíveis⁹⁸. A propósito, Kress & Van Leuween (2006: 217) demonstram-nos como

⁹⁵ Estes estabelecimentos peculiares também podem ser considerados como património histórico tal como podemos comprovar pelas informações contidas no *site* <http://retalhosdebemfica.blogspot.com/2010/10/tabernas-tascas-e-casas-de-pasto-na.html>.

⁹⁶ Explicação concebida mediante a pesquisa e seleção de vários sinónimos (taberna, bodega, baiuca, etc.) e descrições apresentados no dicionário *online: Dicionário Online Priberam de Português*. É importante indicar que se trata de um termo muito enraizado na linguagem comum – a tal ponto que é frequentemente usado em sentido metafórico. Trata-se, de igual modo, de uma constatação de facto fundada na experiência empírica do autor do texto, constituindo assim uma afirmação de valor relativo e provisório.

⁹⁷ Conservamos os parênteses tal como são utilizados por Prinsloo & Krause, mediante o contexto da sua argumentação.

⁹⁸ Reportando-nos a Joly (2005: 29) acrescentamos que, em 1964, Barthes mostrou, numa participação teórica, que todo o sistema de signos mistura-se com a linguagem verbal constatando que, em toda a imagem, a linguagem verbal duplica a substância visual e mantém então, em quase todos os casos, uma relação estrutural com a mensagem visual.

a tecnologia entra fundamentalmente no processo semiótico: pelos meios que facilita ou favorece, e pelo acesso diferenciado aos meios de produção e receção que fornece [Tradução nossa]. Jaworski e Thurlow (2010: 5) acrescentam que, nas últimas décadas, os novos desenvolvimentos tecnológicos abriram novas formas de representação, acesso e teorização do espaço/local sobretudo com a utilização de meios digitais e a omnipresença de ecrãs na vida pública e privada que tornaram as paisagens sociais e materiais mais multimodais e mais mediatizadas do que nunca (Jewitt e Triggs, 2006; Jones *apud* Jaworski & Thurlow, 2010)⁹⁹. Segundo Lipovetsky & Serroy (2014: 31-37) estamos perante um universo de superabundância ou de inflação estética que se combina aos nossos olhos: um mundo transestético, uma espécie de hiperarte em que a arte se entrosa nas indústrias, em todos os interstícios do comércio e do quotidiano. Por assim dizer, aludimos ao facto de que a antiga sociedade do espetáculo desapareceu e foi substituído pela do hiperespetáculo (Lipovetsky & Serroy, 2014: 31-37). Desta maneira, e mediante a crescente dependência dos aparelhos tecnológicos e digitais, somos obrigados a refletir sobre qual será o futuro da comunicação multimodal uma vez que, cada vez mais, as indústrias culturais e criativas funcionam em modo hiperbólico recorrendo a encenações ditas “extremas” que consagram a cultura do divertimento (Lipovetsky & Serroy, 2014: 31-37).



Figura 39. Painel eletrônico promocional – Farmácia Portuguesa: Rua João Távira.



Figura 40. Painel promocional eletrônico – Farmácia Funchal: Rua Dr. Brito Câmara.

Reportando-nos à própria realidade urbana da cidade do Funchal, indicamos como a sinalética das farmácias é um exemplo relevante para o nosso estudo sobre translinguismo pois têm, há já um bom tempo, utilizado um tipo específico de sinalética¹⁰⁰ para

⁹⁹ Não obstante, também consideramos ser da nossa obrigação mencionar que novos modos de produção estão associados a novas possibilidades, que afetam diretamente os marcadores da modalidade sendo que, como consequência, facto e ficção distinguem-se um pouco menos claramente hoje em dia e os fatores estéticos entram com mais facilidade em géneros visuais factuais (Ravelli & Van Leuween, 2018: 3-4).

¹⁰⁰ A sinalética dinâmica é comum em grandes metrópoles há muito mais tempo, na sua forma mais primitiva, desde os anos 40 do século XX, em Nova Iorque.

comunicar com toda uma série de públicos diversificados (locais, não-locais, residentes, não-residentes e visitantes). Informações como o horário de atendimento e os dias da semana em que laboram ou até votos de boa saúde são amplamente projetadas para a esfera pública, destacando-se entre a diversidade da sinalética urbana, como uma maneira de facilitar a visualização e a memorização do lugar onde estão localizadas, ou até em contextos de emergência, onde seja imperativo solicitar o serviço farmacêutico, de forma a indicar os estabelecimentos que estão em funcionamento. É muito conhecida, por exemplo, a animação digital, a verde e a vermelho, presente no letreiro da figura 39 relacionada com a farmácia funchalense, a *Farmacia Portuguesa* [caligrafia do século XX], fundada em 1917, por António Andrade Dionísio, mais conhecido simplesmente como o “Andrade”¹⁰¹. Esta exhibe, sobre uma cruz verde, uma serpente que rasteja até a uma taça – a Taça de Higeia (o próprio símbolo da Farmácia¹⁰²) – enrolando-se no pé do recipiente para beber o líquido de propriedades curativas aí depositado. Esta, no entanto, ainda que fosse notoriamente observável, já não é muito visível na paisagem urbana do Funchal sendo que, contrariamente ao que se tem verificado, os estabelecimentos farmacêuticos têm optado por informações como as que são fornecidas no sinal da farmácia contemporânea instalada no centro comercial *La Vie* (centro do Funchal) que comporta algumas informações – diga-se – mais inovadoras, dado que podemos, também, observar a medição da temperatura e da humidade. Por sua vez, o ecrã eletrónico situado na praça da Avenida Zarco, junto ao Palácio de São Lourenço, ostenta um anúncio publicitário relativo aos *Seat Arona*, dispostos em segunda mão, de forma cómoda, sem custos adicionais e adaptados às necessidades dos requerentes pela *Spoticar* do Funchal¹⁰³.

¹⁰¹ Informação disponível em <https://www.comercioomhistoria.gov.pt/listings/farmacia-portuguesa-3429/>. Mencionamos também que, até aos dia de hoje, a farmácia ainda continua na posse da família do fundador.

¹⁰² Conforme as informações contidas no site *Wikipédia*, o símbolo da Farmácia que apresentamos no nosso projeto - comportado tanto pela cruz verde sobreposta e pela Taça de Higeia – pode também ser entendido como um elemento multimodal aliado à cognição social dado que não só é amplamente conhecido e utilizado em toda a Europa como também na Índia.

¹⁰³ Durante as nossas pesquisas encontramos todo o tipo de informações úteis sobre esta empresa, disponíveis em vários *sites* na *Internet*, pelo que a informação não é verdadeiramente da nossa autoria, sendo, na verdade, uma colagem de constatações de vários responsáveis, mas um dos *sites* que consultámos e em que nos baseámos foi o: https://www.spoticar.pt/?gclid=EAIaIQobChMIjMnouMbV7wIVkJftCh2qOAcXEAAAYASAAEgJMk_D_BwE&gclsrc=aw.ds (SPOTICAR | Venda e compra de carros usados).



Figura 41. Painel promocional eletrónico – Seat Arona: Avenida Zarco.

A colocação desta sinalética na praça da Avenida Zarco é uma estratégia do planeamento sobre a fixação de uma sinalética num determinado lugar que é refletido e concretizado uma vez que é uma zona ampla e muito movimentada, onde não só é praticamente impossível não ser notada, como também o grau de alcance e projeção da informação é muito maior e mais eficaz. De outra perspetiva, e fazendo um parêntesis no raciocínio que explorávamos nesta instância, - compreendemos perfeitamente que a qualidade das fotografias não é a melhor, como, aliás, se pode comprovar -, mas a razão para a rarefação das imagens produzidas pelos painéis eletrónicos públicos reside no modo como estes geram essas imagens: através de células individuais. Isto também nos elucida sobre os limites e imperfeições deste tipo de sinalética. Verificamos como estes sistemas têm uma sequência de ativação, com uma velocidade relativamente baixa, o que implica que as imagens em sucessão rápida, ou mostrando movimentos muito rápidos (as imagens publicitárias atuais são precisamente caracterizadas por uma sucessão quase vertiginosa), sejam apresentadas de modo sincopado, uma vez que não atingem sempre as vinte e quatro imagens por segundo, necessárias à perceção de um movimento contínuo, pelo ser humano. Também consideramos relevante o facto de estes painéis, além de estarem razoavelmente obsoletos, em termos tecnológicos, estarem já bastante degradados por terem sido continuamente expostos aos elementos atmosféricos, e à luz solar em particular, durante anos¹⁰⁴. Deste ponto de vista, não podemos deixar de mencionar que este é um documento da obsolescência veloz a que está condenado este género de equipamento público. Podemos, também, observar o facto inerente ao desenvolvimento

¹⁰⁴ Embora - após a divulgação generalizada dos atuais sistemas alta definição ou HDMI - a experiência concreta de interação com o equipamento que produz a imagem não seja tão pobre, como na fotografia que anteriormente apresentámos, também não é muito melhor, estando longe de ser satisfatório. Inevitavelmente, a imagem em si não falseia o seu objeto, o que é penalizador é o efeito da degradação da imagem exibida no painel, sob o olhar humano. O que as nossas fotografias captaram, como acontece maioritariamente quando se fotografa este tipo de painel, foi uma das frações de segundo em que conjuntos de células se estão a regenerar, daí o aspeto estranho e fragmentado da imagem, sendo que também nos indicam como estes painéis não foram concebidos para serem fotografados.

tecnológico relativo à maneira como rapidamente a tecnologia evolui, reconstrói-se e aperfeiçoa-se, sendo que o que, num momento, poderá ser inovador, no seguinte, poderá já estar ultrapassado. Então, o futuro da comunicação multimodal reger-se-á por uma abordagem ainda mais imediata e interativa das informações comportadas, mais policromática, mais interdisciplinar, mais intersemiótica e ainda mais tecnológica.

4. Estudos de Caso

Nesta etapa da nossa investigação, **sugerimos uma verificação de marcas que evidenciam o processo de translinguismo** através de uma seleção de estudos de caso relacionados com a Coral, a Laranjada, a Brisa e as Bolachas Santo António. Como tal, reportamo-nos a Van Dijk (2008) para referirmos que os modelos de contexto supracitados pressupõem o controlo de aspetos da produção e da compreensão de práticas discursivas sendo que, através da examinação destes itens, remetemo-nos para uma análise da teoria de modelos em contexto, que dizem respeito a itens ilustrativos da cultura madeirense e que funcionam como um tipo especial de modelo de experiência do quotidiano, representado na memória episódica dos participantes no discurso na linha de Van Dijk (2008). Para esse efeito, refletiremos sobre esta problemática à luz de Michael Halliday¹⁰⁵, que apresentou pela primeira vez o conceito de “semiótica social” na área da linguística, através da obra *Language as social semiotic* (1978), sendo desenvolvido e completado depois por Bob Hodge e Gunther Kress, com *Social semiotics* (1988). Assim, o que nos será importante compreender é como a semiótica social (Halliday, 1978; Hodge & Kress, 1988) sustenta que a utilização de diversos modos semióticos é determinada pelo contexto, e, desta maneira, permite criar significados sociais e culturais localizados, e citando Marques (2011: 135), neste caso, os principais participantes são os produtos (obras, processos e fases), representados no universo do ser (relacional) e do fazer (material).

¹⁰⁵ Foi Halliday (1978) quem contestou a separação entre a linguagem e a sua natureza social, uma vez que a linguagem tem sempre um cunho social que é exercido pelas comunidades e práticas discursivas que reorganizam o estatuto da linguagem verbal e não-verbal.

1.1. Coral

Em primeiro lugar, tal como podemos observar na figura 42, a cerveja Coral é uma das marcas mais representativas da Madeira uma vez que, desde 1872, tem acompanhando o percurso evolutivo da Região. Como tal, encontra-se intrinsecamente ligada à própria cultura madeirense. Ao nível da interpretação discursivo-cognitiva, a definição do nome desta bebida - Coral - poderá abranger vários significados relativos, por exemplo, no domínio da zoologia sendo a designação dada a vários animais cnidários antozoários fixos, com esqueleto calcário, que vivem em colónias e são responsáveis pela formação de recifes¹⁰⁶. Por outro lado, também pode designar um conjunto de coralistas ou cantores que cantam em conjunto e ao mesmo tempo, um coro¹⁰⁷. Também poderá, ainda, ter que ver com uma cor vermelha ou avermelhada, característica da concreção dos corais¹⁰⁸. Todavia, a interpretação mais autêntica terá que ver com o facto de o arquipélago da Madeira estar rodeado pelo oceano, e, como tal, através de uma sugestão a um elemento invocador do mesmo, realçasse a presença marcante que o mar tem não só na própria história da ilha como também na construção da identidade sociocultural madeirense.



Figura 42. Garrafa de vidro – Cerveja Coral: Empresa de Cervejas da Madeira.

A imagem da garrafa de cor âmbar-escuro, com o rótulo e a carica em branco sobre vermelho, onde é gravado o nome *Coral*, está registada na memória da população madeirense. A configuração da garrafa mantém-se sensivelmente a mesma, no entanto, neste exemplar, é apresentada uma anilha que permite uma abertura simples,

¹⁰⁶ Comprovar definição no *site* <https://dicionario.priberam.org/coral> (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa).

¹⁰⁷ Comprovar definição no *site* <https://dicionario.priberam.org/coral> (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa).

¹⁰⁸ Comprovar definição no *site* <https://dicionario.priberam.org/coral> (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa).

contradizendo a configuração original que requeria um acessório para a abertura da garrafa. Mesmo assim, não descoramos a sua relevância pois, na verdade, existe uma profusão de variantes e as mudanças – ainda que, de modo geral, sejam mínimas - são muito frequentes. Também consideramos ser prudente mencionar que não dispomos de muita informação relativa a estas questões relacionadas com as modificações das garrafas, mas sugerimos que tal se prende com variações na fórmula, algumas destinadas a públicos específicos, que obrigam a ajustes gráficos, que permitam a distinção do produto relativamente a outras variantes. O setor cervejeiro é bastante competitivo, de modo que cada variação, mesmo pequena, da imagem de uma marca desencadeia uma reação imediata nas restantes, do mesmo modo que a introdução no mercado de novas fórmulas gera uma resposta instantânea de outras marcas¹⁰⁹.

No rótulo encontramos, ainda, referências cosmopolitas quando, do lado direito do recipiente, encontramos a tradução literal *Original Madeira Beer* para a indicação *A Cerveja Original da Madeira* como que a reiterar – tanto aos cidadãos locais como aos visitantes - que a origem da bebida é inconfundível – é mesmo um produto produzido na própria Região; da mesma forma encontramos várias traduções para a palavra “cerveja”, como em espanhol (*cerveza*), francês (*bière*), inglês (*beer*) e alemão (*Bier*), como um atestado de que a qualidade do produto é reconhecida no estrangeiro; e ainda, na parte superior do rótulo, observamos ao redor da data de fundação, 1872, as palavras *Desde e Since*, que servem para demonstrar como a história do produto é tanto levada aos consumidores do território de origem como aos clientes de outros destinos globais.

1.2. Laranjada

Em seguida, apresentamos, na figura 44, uma bebida refrigerante, gaseificada derivada da própria marca Coral e que tem acompanhado gerações de indivíduos locais e residentes, sendo já um produto de referência no território insular madeirense: a Laranjada.

¹⁰⁹ Isto, para os publicitários - e até mesmo para colecionadores - é considerado um autêntico tesouro. No caso dos colecionadores, tal ocorre porque não são poucos os que colecionam variantes dos rótulos ou das latas de cerveja.

Figura 43. Laranjada: Recipiente em vidro e em plástico; individual e familiar.



O próprio nome da bebida nasceu da deturpação do adjetivo, em português, “alaranjado” e designará algo que tem a forma ou a cor da laranja ou que tem gosto ou cheiro semelhante ao da laranja¹¹⁰. No entanto, apesar de aludir à própria matéria-prima com que a bebida é feita – a laranja fruto -, sugerimos que a interpretação mais comum, em português, talvez esteja mais ligada a uma coloração que não é bem cor-de-laranja, mas que se parece muito a esta cor, marcada pelo sufixo *-ada*.

Consultamos o *DeepL Translate* e “alaranjado” é principalmente traduzido como “orange” em inglês, francês e alemão. Literalmente, nas três línguas, significa “laranja” como uma referência direta tanto ao fruto como à cor. “Alaranjado”, em português, parece comportar, maioritariamente, uma referência direta às características físicas do item a que se refere quando é utilizado para o descrever: a forma, o sabor e, fundamentalmente, a cor.

Figura 44. Laranjada: Rótulo bilingue.



Laranjada é, portanto, um nome de marca regional que funciona como um termo de exclusividade, não permitindo apropriações indevidas. Contudo, as marcas de reconhecimento cosmopolitas estão visíveis no próprio rótulo do recipiente onde podemos ler em duas línguas (português e inglês): *Proteger da luz solar. Preservar de odores agressivos. Conservar em lugar limpo, fresco e seco/Protect from sunlight. Keep in a cool, dry and clean place. Keep away from strong odors.*

¹¹⁰ Alaranjado | Definição ou significado de alaranjado no *Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa* (*infopedia.pt*).

Por sua vez, a própria palavra *Laranjada* encontra-se gravada numa letra própria de uma linguagem *retro* onde comprovamos insinuações a uma letra cursiva, mas que não é verdadeiramente uma caligrafia manual. Também o *design* da garrafa com o rótulo pintado com um forte tom cor-de-laranja e a efervescência invocada pelas bolhinhas brancas, aludindo ao gás que compõe a bebida, evidencia um estilo muito característico. Aludindo ao facto de existirem influências da *Art Nouveau*, mas não se verificando uma conformidade integral, podemos então falar num estilo ou linguagem denominado como *Modernista Inicial*, derivado do termo anglo-saxónico *Early Modern*. Denotamos que, no que se refere ao rótulo da laranjada, particularmente ao logótipo, este manteve, na sua essência, uma versão que se impôs numa fase inicial, com algumas alterações subtis¹¹¹. Mesmo admitindo que há influências de épocas passadas, a sua forma é já uma síntese própria do momento histórico em que ocorre - finais do século XIX, e com paralelos com a solução adotada para o logótipo da Coca-Cola.

No entanto, levantamos uma segunda questão relacionada com a opção de não descartar esta imagem de marca original, que se prende com uma estratégia fundada na sua familiaridade e no prestígio da vida longa - já mais que centenária - do produto que é assinalável (visível no rótulo, onde se observa um desenho da garrafa original e se menciona explicitamente a data de criação do produto). Por esta razão, até certo ponto, pode falar-se numa opção *retro*, na medida em que o logótipo não foi atualizado, mas persistiu desde um momento quase inicial. Já no que se refere ao rótulo do produto, este funciona como o elemento de "atualização" do logótipo antigo, mudando significativamente ao longo do tempo, por forma a integrar a referência visual "histórica" numa linguagem gráfica contemporânea, sucessivamente atualizada. Assim, se há um aspeto *retro*, este prende-se essencialmente com a sobrevivência do logótipo.

¹¹¹ Trata-se de uma linguagem gráfica adaptada a exigências de reprodução múltipla - nos rótulos, nos veículos, na imprensa, em cartazes, etc. - nem sempre da melhor qualidade, tendo, mesmo assim, que ser imediatamente reconhecível. Também afirmamos que não se trata de uma "citação", porque, na sua origem, o logótipo estava sincronizado com o seu "tempo estético" (cf. Heller & Seymour, 2011).

1.3. Brisa

O exemplo selecionado neste item é relacionado com a Brisa, também uma marca de consumo de grande renome produzida pela Coral e, tal como a Laranjada, também se trata de uma bebida refrigerante com gás.



Figura 45. Brisa Maracujá: Garrafa.

A própria palavra “brisa”, que serve de nome ao refrigerante supramencionado, remete-nos para a definição formal relacionada com o fenómeno natural de um vento suave e fresco¹¹², funcionando também como uma possível alegoria ao próprio clima temperado da Região e que tem sido, desde sempre, prestigiado. Note-se como, ao nível fonológico e morfológico, o vocábulo *brisa* é semelhante ao conceito, em inglês, *breeze* facilmente interpretado por cidadãos / consumidores globais.

Por conseguinte, o próprio nome do refresco deve levar o alocutário a perceber uma bebida refrescante, ideal para ser consumida numa altura de maior calor. A *Brisa* mais emblemática da Região é a *Brisa Maracujá*. Entretanto, foram criados outros sabores como *Brisa Maçã*, *Laranja*, *Limonada*, *Coca - Cola* e *Ananás*. Porém, a de *Maracujá* permanece como a original – e mais típica. O *design* era semelhante ao do da garrafa de vidro da Laranjada, todavia com uma paleta de cores diferenciadas (a garrafa da *Brisa* é distintivamente verde e o logótipo gravado no rótulo era azul). Porém, a garrafa sofreu alterações quanto à sua configuração original adotando uma imagem mais moderna¹¹³.

¹¹² Brisa - *Dicio, Dicionário Online de Português* (<https://www.dicio.com.br/brisa/>).

¹¹³ Ultimamente temos observado uma nova gama de garrafas da Brisa Maracujá relacionada com uma publicidade incentivadora ao consumo da bebida, derivada de uma fórmula com menos açúcar e mais fruta e que pode ser vista na retaguarda dos autocarros do Funchal. O que é interessante é que, nestes anúncios, o formato das garrafas volta a ser o original e não o atualizado, como aparece apresentado neste estudo, embora o rótulo continue a ser o novo e não o antigo.

O regresso a conceitos e formas familiares, evocadoras de um tempo que nos parece, de súbito, particularmente muito distante do atual, é uma tendência previsível e já evidenciada em outros períodos históricos em que se verificaram condições similares. Mas, de um ponto de vista prático, é forçoso

No entanto, mesmo assim, ainda mantem alusões reminiscentes à sua forma primordial tais como: a coloração verde da garrafa; o rótulo cuja coloração foi mudada para roxo (invocativo ao próprio fruto maracujá com que é confeccionada) onde se apresenta o logótipo da marca e até mesmo a formatação do recipiente remete para a forma original, entretanto descontinuada.

Também o rótulo e o logótipo da *Brisa* não deixam de partilhar a mesma estratégia de citação das formas associadas ao momento histórico da sua criação. Existe a diferença muito significativa em termos de linguagem gráfica que, agora, estamos a falar de uma linguagem dos anos 60-70 do século XX (o ano oficial de criação da *Brisa* é 1970). A fonte, que é um cursivo com contornos muito arredondados, é o que em inglês se designa, de forma muito eficaz, por *blob*, e é muito típica da linguagem gráfica dos anos 60. Da mesma forma, o esquema cromático do rótulo remete para cores exuberantes e típicas, usualmente, do estilo designado por Psicadélico da mesma época. Assim, também neste caso, estamos perante uma estratégia de persistência de uma imagem de marca original, o que se pode entender como uma opção *retro*.



Figura 46. Brisa Maracujá: Rótulo bilingue.

Quanto ao nível de marcas transculturais, comprovamos uma clara intenção de chamar ao consumo da bebida tanto por locais e residentes (já familiarizados) como não-locais e não-residentes e visitantes (ainda desconhecedores, mas potenciais consumidores), onde se pode ler: *Agitar ligeiramente antes de abrir / Gently shake before open* ou *Consumir de preferência antes do fim de (ver rótulo) / Best before end (see label)*.

2.4. Bolachas Santo António

Terminamos esta análise de estudo de caso no âmbito do translanguismo, apresentando, como último exemplo, tal como se pode ver nas figuras 47 e 48, uma caixa de Bolachas

considerarmos que estamos a acompanhar estes fenómenos muito próximo à sua ocorrência, o que implica que iremos assistir a evoluções sucessivas, muito rápidas e em múltiplas direções, nos próximos tempos.

Santo António e que diz respeito a um sortido especial de iguarias alusivas à doçaria tradicional da Madeira.

Figura 47. Rótulo de caixa de cartão – Bolachas Santo António: Fábrica Santo António.



Neste caso, observamos como toda a embalagem engloba ícones visuais que remetem, novamente, para um contexto histórico ligado à alteração dos processos de reprodução gráfica, nas décadas finais do século XIX, mais precisamente a adoção generalizada do processo de litografia industrial¹¹⁴.

Similar à linguagem *retro*, estes elementos decorativos também corroboram a ideia alegórica de uma época já passada, todavia, muito mais do que simples linguagem *retro*, existe uma dupla citação (ou um duplo movimento *retro*): o rótulo atual cita um rótulo original que por sua vez cita formas anteriores, bebidas num contexto histórico identificável. Em articulação com a linguagem *retro*, já referida, o recurso a estes ícones visuais concorre eficazmente para a evocação de uma época passada, conjugando-se de um modo particularmente eficaz. É oportuno indicar como, neste caso, estamos já num segundo patamar desse processo, o que o torna um exemplo particularmente interessante. Aqui, o que observamos é *Art Nouveau* e diz respeito ao desenvolvimento dos movimentos posteriores da vanguarda artística, na transição para o século XX. Uma das consequências deste desenvolvimento foi a possibilidade de os criadores se reportarem a fontes cursivas (letras desenhadas à mão), próprias dos períodos pré-imprensa, particularmente os recursos caligráficos medievais, símbolos de excelência nesse campo de atividade¹¹⁵. Tal

¹¹⁴ Esta tecnologia, que permitia a reprodução em massa de imagens muito mais sofisticadas do que as abrangidas pelos processos tradicionais de xilografia (matrizes em madeira) e impressão por matrizes de chumbo, veio libertar os criadores de fontes (tipos de letra) de muitos constrangimentos. As fontes puderam abandonar a rigidez dos contornos simples, essencialmente geométricos, para se espriarem por uma área irregular, e incluir múltiplos elementos decorativos. Pela mesma via, a fronteira entre caráter (letra) e desenho esbateu-se.

¹¹⁵ Aliando este recurso tecnológico ao ecletismo estético virado para o passado, vigente na Europa no final do século XIX, verifica-se uma explosão de criações gráficas comerciais que vão beber ostensiva e assumidamente ao receituário medieval, particularmente Gótico, ou mesmo ao período do Barroco final

pode ser observado através dos arabescos, flores e plantas trepadeiras pintadas na tampa da caixa (figura 47) que nos remetem para uma sensação vegetal, mas também assinala a forma manual como as bolachas e biscoitos são feitos. Da mesma forma, as letras, cujo nível de significação também provém de inspiração orgânica, validam este conceito visto que se reportam às iluminuras que enfeitavam os manuscritos medievais e que eram minuciosamente elaboradas à mão pelos monges copistas. O continuum intersemiótico a par da carga semântica e aportes culturais atestam para o facto de que a Fábrica Sto. António é mesmo muito antiga.

Figura 48. Nota histórica impressa no exterior de caixa de cartão – Bolachas Santo António: Fábrica Santo António.



Do mesmo modo, no verso da caixa, não só temos a história da criação da Fábrica – que remonta a 1893 –, tanto em português como inglês (figura 48, no canto inferior direito), como podemos, ainda, observar a assinatura cursiva de Francisco Roque da Silva, o fundador original. De igual modo, nos sacos e invólucros que acondicionam os produtos, é observada esta estilização, associada à *Art Nouveau*, onde se repetem os desenhos que aludem para uma decoração muitíssimo elaborada. Estes, em conjunto com os certificados de genuínas receitas centenárias e de verdadeiras manufaturas madeirenses, bem com o logótipo alusivo, ajudaram a criar uma imagem de marca histórico-cultural que já não pode ser modificada sem grandes repercussões.

Figuras 49. Biscoitos de gengibre: Contentor de plástico.



Figura 48. Broas de chocolate e café: Saco de plástico.



ou Rococó, ou seja, a períodos históricos em que impera um decorativismo muito acentuado (embora com justificação estética muito diversa). Este decorativismo eclético irá esgotar-se, e consequentemente esbater-se, após a primeira década do século XX, embora a ritmos muito diversos consoante os contextos culturais.

Notamos ainda marcas de cosmopolitismo nesta caixa de Bolo de Mel de Cana de Açúcar da Madeira onde, nos quatro lados que a compõem, comprovamos a tradução do nome original do produto para mais três línguas: inglês, francês e espanhol, respetivamente, indicando que este é um produto não só reconhecido e apreciado nacionalmente, mas também internacionalmente.



Figuras 51. Impressão no exterior de caixa de cartão - Bolo de Mel de Cana de Açúcar: Fábrika do Ribeiro Seco (1).



Figura 52. Impressão no exterior de caixa de cartão - Bolo de Mel de Cana de Açúcar: Fábrika do Ribeiro Seco (2).



Figura 53. Impressão no exterior de caixa de cartão - Bolo de Mel de Cana de Açúcar: Fábrika do Ribeiro Seco (3).



Figura 54. Impressão no exterior de caixa de cartão - Bolo de Mel de Cana de Açúcar: Fábrika do Ribeiro Seco (4).

Até o próprio saco de compras, que é disponibilizado pelo estabelecimento, assinala os traços da história e cultura madeirenses. Por um lado, constatamos uma referência direta ao célebre logótipo da Fábrika Santo António¹¹⁶ – que adota o nome do santo homónimo, bastante estimado em Portugal - bem como um atestado à produção nacional e qualidade superior do produto; por outro, uma homenagem com direito ao retrato da própria esposa de Francisco Roque da Silva, Guilhermina, a criadora das receitas originais que têm sido utilizadas até hoje.

¹¹⁶ A Fábrika Santo António situa-se na célebre Travessa do Forno onde, segundo as informações disponibilizadas no *site* <http://www.visitfunchal.pt/pt/aproveitar-o-mar/1215-travessa-do-forno.html> (*Visit Funchal - Travessa do Forno*), no século XX, era possível observar, nas traseiras das casas de construção secular, a existência de fornos. O mesmo acontecia em algumas casas rústicas dos subúrbios da cidade, em maior destaque, nos bairros de Santa Maria e do Corpo Santo e na Rua 5 de Outubro. No entanto, segundo Correia (2011: 88), talvez possa ter que ver com a existência de algum tipo de forno de aluguer nesta zona, entretanto já desaparecido, pois, antigamente, não havia fornos em todas as casas ou fábricas, podendo ser alugados para que cada pessoa ou fábrica utilizasse para cozer, na sua maioria, o pão. Também existiam padarias que dispunham à população, por determinado preço, o seu forno. No entanto, seja a sua localização coincidência ou não, o facto é que, juntamente com a sua arquitetura conservadamente antiga e pitoresca e o aroma a bolachas acabadas de fazer que se propaga nas proximidades, a presença da Fábrika Santo António contribui para que esta seja considerada como uma das ruas emblemáticas do Funchal.

Figura 55. Saco de papel – Fábrica S.to António (1).



Figura 56. Saco de papel - Fábrica S.to António (2).



Capítulo 3. DISCUSSÃO DE DADOS E CONCLUSÃO

No presente capítulo da nossa investigação, e mediante todos exemplos ilustrativos que foram examinados ao longo do nosso estudo, seguimos as premissas de investigação que melhor podiam contribuir para o enquadramento da sinalética urbana da cidade do Funchal e que se debruçam sobre o modo como a comunicação é potenciada pela sinalética que evidencia e de que modo é representativa ou não da realidade que retrata. De igual modo, passaremos também à confirmação ou revogação das hipóteses inicialmente formuladas à luz das palavras, do enquadramento teórico e da metodologia.

1. Translinguismo e construção simbólica no espaço urbano

A comunicação translingue é potenciada pelas atividades socioeconómicas, políticas e comerciais do território em que se evidencia refletindo-se, por sua vez, na sinalética.

Se o translinguismo envolve a negociação de identidades e significados culturais, isto significa que não só são projetados códigos linguístico-discursivos que são percecionados como globais, mas também locais. Consoante a nossa investigação empírica, pudemos constatar como o translinguismo veio permitir um esbatimento nas barreiras entre *global* e *local* e criar um espaço de partilha onde a cultura e identidade madeirenses já não pertencem somente a um grupo exclusivo e são, cada vez mais, difundidas perante um público mais amplo e que acaba por tornar-se mais participante do que simplesmente espetador (cf. capítulo 2, secção 3).

Isto deve-se ao facto de que diferentes sinais implicam diferentes públicos que se fundamentam em géneros e registos díspares e cujas premissas de entendimento e desempenho das ações evidenciadas derivam de determinados sistemas comunicativos, mais precisamente, as sintaxes visual e discursiva, e que são agrupados em três

metafunções fundamentais: a interacional, a composicional e a representacional, cada uma com o seu respetivo propósito de suscitar uma reação e envolver o recetor pretendido nas ações evidenciadas (ex.: o cartaz *OldTimer Tours*, o menu do *Café Teatro* e ainda o placard *English Church Concerts*).

Sendo potenciada, simultaneamente, através dos enunciados escritos verbais e não-verbais em exibição, a escrita corrobora a imagem e a imagem corrobora a escrita num continuum intersemiótico (ex.: o letreiro-mural do restaurante *Le Jardin*). A informação baseada na sinalética urbana tende a ser constantemente alterada, desconstruída, reconstruída e reinterpretada de acordo com os valores e ideologias dos grupos e comunidades locais e em interação, através dos códigos visuais e escritos que vigoram nos espaços onde estas coletividades se inserem (ex.: o cartaz informativo em relação ao Coronavírus).

Em alguns casos, podemos afirmar que se trata de comunicação tendo em conta as línguas maternas dos transeuntes que interagem com a sinalética urbana, que devem fazer um esforço cognitivo para descodificar enunciados carregados por códigos linguísticos e culturais em interação. A heteroglossia, ou seja, os discursos a “duas vozes” ou de “dupla voz” (cf. secção 2, capítulo 1) é uma das estratégias comunicativas mais observáveis e úteis que poderão servir tanto aos falantes da língua nativa (neste caso, o português) como aos visitantes falantes de outros códigos linguísticos (inglês, francês, alemão, espanhol, etc.) permitindo um entendimento essencialmente dialógico através de uma conversa entre locais e não-locais, residentes e não-residentes e inclusivamente veraneantes (ex.: os cartazes da loja Artesanato da Madeira, da *Super Gateforce* e do Restaurante Madeira *Story Centre*).

Na verdade, ao nível da cidade do Funchal, podemos confirmar como existe uma relação evidente entre translíngüismo e sinalética urbana uma vez que o que é projetado ao nível local para o global, dos nativos para os não nativos, está intrinsecamente ligado com reivindicações do prestígio histórico (ex.: a arte urbana *Drink Madeira Rum* ou a fachada da vinícola *D' Oliveiras*) e marcas culturais típicas do lugar (ex.: a loja de recordações e artesanato *Atlantic Souvenirs* ou as placas toponímicas da Travessa das Torres e da Travessa do Acciaolli).

2. Identidade na diversidade na sinalética urbana

De igual forma, o jogo da persuasão e manipulação das imagens é entendido por via de uma interpretação de textos multimodais baseada em conjunções de interesses particulares, e não coletivos (cf. capítulo 2, secção 2.1), que se fundamentam na emoção e na sensação de deleite pela imagem para prevalecer sobre uma análise crítica e lógica do conteúdo evidenciado (exs.: as publicidades alusivas à Coral Sidra de Maçã e ao bordado da Madeira). Tal ocorre porque “O estilo pessoal, isto é, essa marca particular que carregam todos os produtos de um mesmo habitus, práticas ou obras, não é senão um desvio, ele próprio regulado e às vezes mesmo codificado, em relação ao estilo próprio a uma época ou a uma classe (...)” (Bourdieu, 1983, p. 81).

Por conseguinte, o que, nesta instância, é essencial de reter é como as publicidades relacionadas com as perceções e as construções de significado que os locais exibem, perante as comunidades a que pertencem, ou que visitam, servem para enaltecer o potencial significativo do que se vê ou se produz no território que ilustram para criar prestígio e evitam características menos favoráveis que possam prejudicar a reputação do local ou do destino.

Decorrente dos estudos em translinguismo, surgem noções de multilinguismo e intertextualidade. Neste item, o que é importante reter será como o conhecimento permite descodificar os significados inerentes e compreender como as normas e as convenções linguísticas e culturais dominantes contribuem para a produção, a interpretação e o uso institucional de sinais e letreiros, bem como para a classificação cultural dos mesmos (ex.: o sinal de proibição de fumar).

A sinalética urbana presente no local é, portanto, evidenciadora da realidade que retrata dado que, conforme pudemos constatar ao longo da nossa investigação de natureza exploratória, esta adapta-se às necessidades comunicativas intrínsecas dos interlocutores projetando na esfera pública os valores e ideologias mais representativos das comunidades tanto globais como locais.

2.1. Imagens de associação

As chamadas “imagens de associação”, que podem ser vislumbradas em postais e cartazes publicitários, *blogs* e *sites* cibernéticos bem como em jornais e revistas especializados, que transmitem a ideia da imagem real do destino são divulgadas com base nos

sentimentos do público (cf. capítulo 1, secção 2.1) ou na apreciação estética. Estas comportam mensagens ideológicas que, por sua vez, se baseiam nas denominadas *performances* fotográficas (cf. capítulo 1, secção 2.1.), ou seja, em algo que não é de imediato visível, numa primeira impressão, mas que, quando é observado, acaba por causar impacto e, conseqüentemente, a necessidade de reinterpretação (ex.: o letreiro do restaurante *sushi-bar Nagoya*).

Assim, quando combinadas através de estratégias de *marketing* e publicidade, cuidadosamente planeadas, onde não só são associados produtos, que se aliam à presença ou ausência de paisagens e cenários, considerados representativos do território de origem, mas nas quais ocorrem igualmente metáforas visuais e sensoriais (cf. capítulo 1, secção 2.1), estas imagens suscitam a ideia de confiança e credibilidade, despertando nos públicos-alvo que as consomem um conjunto significativo de respostas emotivas (ex.: o anúncio da *Madeira in A Bottle*). Desta forma, corroboramos, ainda mais, o caráter intrínseco da relação entre sinalética urbana e translinguismo uma vez que as “imagens de associação” são criadas perante a necessidade que os indivíduos sentem de se remeterem para algo que é tão característico do local onde se encontram, que acaba por ser percebido como emblemático.

2.2. Imagens de marca

Similarmente, as denominadas “imagens de marca”, utilizam uma mistura de estilos de diferentes tempos históricos e correntes artísticas para criar um *design* próprio e original. Este produto acaba por tornar-se indissociável e representativo da comunidade, no contexto da qual teve a sua origem, e no âmbito da qual se enraíza, em exclusividade, o seu caráter genuíno. Está subjacente a alusão a um produto de qualidade com uma imagem que assume, progressivamente, uma natureza icónica, a qual, através de uma proposta baseada na tradição e na familiaridade, vai sendo recordada e reinterpretada pelos interlocutores/atores do espaço urbano combinando traços locais e globais ao longo de gerações. Esta aceção dialógica e dinâmica foi explicada por Bourdieu, na sistematização do conceito habitus, do ponto de vista sociológico do capital cultural, como “(...) um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações - e torna possível a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças às transferências analógicas de esquemas (...)” (Bourdieu, 1983, p. 65) É interessante

observarmos que, mesmo ao serem substituídos/reconfigurados, por motivos comerciais, entre outros, as empresas que decidem modificá-los nunca procedem a uma transformação drástica mantendo sempre características alusivas à configuração original como forma de manter viva a memória do produto na memória individual visando a memória coletiva. Geralmente, também é possível comprovar, através dos rótulos e recipientes dos artigos relativos aos Estudos de Caso que apresentámos ao longo do nosso estudo (cf. capítulo 2, secção 4), como estes contêm informações que denotam marcas de tradição e cosmopolitismo (ex.: a Coral, a Laranjada, a Brisa e as Bolachas Santo António), tais como a data de criação do produto ou instruções de consumo (em português e em inglês, principalmente) e que servem tanto para consumidores já conhecedores e assíduos (locais e residentes) como para aqueles que estão a conhecer o produto pela primeira vez (os não-locais e não-residentes e visitantes).

3. Globalização e mudança social evidenciada na sinalética institucional

A sinalética presente na chamada paisagem linguística é fortemente influenciada pelas mudanças urbanas, retratando o cosmopolitismo existente nas zonas circundantes (cf. capítulo 2, secção 2), sendo também consideradas como zonas de contacto, inspiradas pelas práticas sociais e linguísticas quotidianas. Face à globalização e ao grande avanço tecnológico inerente, observamos como os espaços urbanos, mediante o processo de gentrificação, também são espaços de construção discursiva e semiótica sobretudo porque, cada vez mais, a tecnologia e o mundo cibernético ocupam um espaço de relevo na nossa realidade, enraizando-se nas sociedades e culturas contemporâneas, de tal forma, que quase já não é possível ignorar a sua existência. Assim, à medida que a consciência do grupo progride, também evoluem os planos urbanísticos e, por consequência, conforme as ideologias das classes sociais dominantes, os espaços citadinos gentrificam-se e reterritorializam-se (cf. capítulo 2, secção 2). A possibilidade de fazer com que os não-nativos e veraneantes se sentiam como se fizessem parte da vivência local é um dos efeitos mais evidentes da comunicação translingue dado que permite a interação com enunciados que não são absolutamente desconhecidos dado que, devido ao contacto linguístico e cultural, não denotam somente uma cultura específica. Como já presenciámos ao longo deste estudo, os visitantes tem vindo a desejar muito mais do que uma simples experiência turística e exigem a sensação de experienciar o lugar como se fossem habitantes locais.

3.1. Elementos de prestígio histórico e de inspiração tecnológica

No âmbito da semiótica social, tais reconfigurações poderão remeter-se, em primeiro lugar, para elementos de coerência intersemiótica que replicam modelos estilísticos e arquitetónicos que existiam no passado e que se reportam às perceções sociais de tudo o que será entendido como antiquado e desatualizado. Todavia de igual forma, estimado e preservado e, como tal, intemporal (ex.: o letreiro do *The Old City Pub*). Em segundo lugar, com a inclusão de componentes modernos e contemporâneos que remetem para a compreensão de tudo o que pode ser considerado como progressista e visionário (cf. capítulo 2, secção 2) ou, mais precisamente, relacionado com as inovações tecnológicas, que temos experimentado nas últimas décadas, e que, por sua vez, aludem à contínua, imprescindível e inevitável necessidade de evolução, mudança e transformação. Afirmar-se, assim, que se reportam a uma linguística vanguardista (ex.: o letreiro da *MA Gallery*). Desta maneira, observamos como a paisagem urbana é palco de disparidades sociais, culturais e linguísticas (cf. capítulo 2, secção 2) que nos remetem para o choque cada vez mais intrínseco que existe entre tudo o que é orgânico, e como tal único, humano e imperfeito e, contrariamente, tudo o que é digital e, assim, *standarziado*, computadorizado e perfeito.

À luz da multimodalidade, a sinalética urbana também é testemunha de disparidades artísticas segundo o que podemos chamar de sociedade do hiperespetáculo (cf. capítulo 2, secção 3) – e que vem substituindo a antiga denominada sociedade do espetáculo - no sentido em que, cada vez mais, as cidades concentram e são palco de uma extensa exposição de informações escritas que, combinadas com os múltiplos signos visuais e *designs* sensacionalistas (ex.: as sinaléticas dinâmicas como os letreiros luminosos da *Farmacia Portuguesa* e da *Farmácia Funchal*), sobrecarregam a capacidade de processamento e memorização dos indivíduos, dificultando a sua assimilação pelo facto de todos estes signos tentarem sobrepor-se uns aos outros num continuum informativo por vezes desgastante.

Há, portanto, a problemática das escolhas linguísticas e discursivas na interação comunicativa multimodal que poderá potenciar relações de grupo (de inclusão ou de exclusão), segundo o princípio da cooperação (“in group / out group relations”, atos de manutenção ou, pelo contrário, ameaçadores de face) explicitado por Grice (1975). Ao longo da nossa pesquisa, pudemos comprovar como o translinguismo nem sempre

permite relações inclusivas uma vez que existe sinalética que só pode ser interpretada por públicos muito específicos e mediante a cognição social (ex.: o sinal informativo *Kiss and Ride* e o letreiro do restaurante *Basmati*), excluindo os que não estejam familiarizados com as informações ostentadas. Isto ocorre em os ambos os sentidos: dos nativos para os não nativos e dos não nativos para os nativos. Estamos a falar de indivíduos conhecedores dos códigos linguísticos e culturais em evidência e que podem, mediante o seu conhecimento, interpretar corretamente a informação (tanto escrita como visual) no seu todo. No entanto, se os falantes são capazes de compreender um enunciado do ponto de vista linguístico talvez não sejam capazes de o decifrar ao nível cultural e, assim, de o descodificar de forma adequada existindo sempre algum pormenor que acabe por ser ignorado (ex.: o letreiro da *Tasquinha do Monsieur*).

3.2. Multiculturalismo em evidência

A sinalética privada, ou “*bottom-up*”, permite não só aos locais sentirem-se perfeitamente integrados na sua própria comunidade reconhecendo-a como familiar, mas também aos não-locais e visitantes a compreender e, até mesmo, experimentar, de certa maneira, a cultura local, sentindo que, também, fazem parte dela (ex.: o letreiro da Botica Inglesa).

A sinalética institucional, ou “*top-down*”, evidencia-se como um elemento de reinterpretação da paisagem linguística, relacionado com o facto de esta sinalética não só servir como divulgadora de obrigações e restrições, conceções e proibições, direitos e deveres (ex.: o aviso de videovigilância ou a seta de saída de emergência), mas também como narrativa bastante fluente que permite-nos verificar pontos em comum entre as línguas e sociedades.

Ao nível de ambas as sinaléticas, observamos como fundamentalmente são potenciadoras de pressuposições explícitas e implícitas e, inclusivamente, juízos de valor que podem ser entendidos universalmente ou apenas localmente. Aqui, o que devemos de ter em conta é como a eficácia comunicativa poderá ser fortemente afetada ou até mesmo completamente anulada pela sinalética exposta visto que as construções de sentido são fortemente motivadas pela cognição social dos indivíduos, ou seja, conforme o seus conhecimentos culturais e experiências pessoais incluindo-os ou excluindo-os num jogo interpretativo de signos.

Juntemos ainda a esta discussão, a sinalética que podemos denominar como transgressiva (cf. capítulo 2, secção 1) e que nos apresenta opiniões pessoais e anónimas não só sobre a própria cultura local como também a global (ex: arte urbana *Wherever You Go, Whatever You Do, Whoever You Are, You are Under Surveillance*).

Refira-se também o âmbito onde são ilustradas as tensões entre línguas e linguagens comportadas pela visível preferência da língua inglesa em detrimento de qualquer outra língua, surgindo, muitas vezes, logo a seguir ao próprio idioma nativo do território onde se insere - a língua materna (ex.: a seta de entrada para o Museu Militar da Madeira e a caixa da *Euronet Worldwide*). Mas, poderão existir casos em que o idioma não-nativo ocupa o primeiro lugar de forma exclusiva ofuscando as outras línguas inclusivamente a local (ex.: os alarmes de incêndio das figuras 27 e 28).

Comprendemos, então, como a sinalética também é atestadora dos mal-entendidos e conflitos multiculturais visto que os enunciados verbais e não verbais podem não ter a eficácia desejada alertando-nos para problemas ligados com a identidade e a perceção, com o etnocentrismo e os conflitos linguístico-culturais (ex.: o letreiro *Tours & Walks/Ausflüge & Wanderungen*). Estas divergências linguísticas e multiculturais, por sua vez, também podem ser, de certa forma, entendidas como previsíveis, porque a sinalética vigente, pode não ser suficiente para permitir um entendimento fiável das informações expostas, ou, adicionalmente, não ser reconhecida pelo processamento cognitivo dos indivíduos, e o significado pretendido à partida pode não ser aquele para o qual as interpretações se rementem, no momento da descodificação (ex.: o letreiro do restaurante *Arsenal*).

No entanto, as línguas e linguagens também podem transcender as barreiras culturais que as separam e transmitir, reconfigurar ou até mesmo mudar por inteiro os códigos linguísticos recíprocos permitindo que se crie uma comunicação abrangente e inclusiva (cf. capítulo 1, secção 2.2.1). São exemplos destas tendências os empréstimos linguísticos (que ocorrem quando uma cultura transfere para uma outra, uma palavra para explicar uma ideia ou conceito que não existe noutra cultura ou até mesmo para substituir uma já existente, cujo sentido não é suficiente para explicitar uma definição precisa como no caso do letreiro do Cabeleireiro *Correia & Lia*) e o hibridismo (no caso específico do nosso estudo, através da convivência de opções estéticas de diferentes origens e diferentes

cronologias como podemos observar no letreiro do *Sole Mio Nails* ou no do Cabeleireiro *Jolie*).

3.3. Sinalética dinâmica

Por fim, concluímos com uma reflexão sobre a sinalética digital que se apresenta como uma nova forma de comunicação baseada na interatividade e na animação. Isto é possivelmente indicativo de algo que podemos constatar com notável evidência: que progressivamente vivemos num mundo cada vez mais visual e que, como resultado desta realidade iminente, é-nos exigido um domínio e compreensão graduais de multiliteracias interdisciplinares que vão muito mais longe do que simplesmente interpretar o que está à vista do olhar súbito.

Apesar de existir a perceção de que se trata de uma forma de comunicação ainda numa etapa inicial e algo incipiente, a verdade é que já está presente na nossa realidade só que ainda não alcançou a devida projecção. Esta, por sua vez, é, sem dúvida, a sinalética que melhor retrata a dependência dos ecrãs e aparelhos tecnológicos uma vez que, semelhante ao acontece com todos os equipamentos eletrónicos, através da constante e imparável evolução digital, o que num momento é considerado como inovador rapidamente pode tornar-se obsoleto e, conseqüentemente, ser descontinuado e substituído.

Por outro lado, também é a sinalética que melhor ilustra o imediatismo da informação cibernética pois visa a captação repentina da atenção dos públicos circulantes sejam nativos, não nativos ou veraneantes sem que haja a possibilidade de exclusão; todos reparam na sua presença (ex.: o painel eletrónico situado na Avenida Zarco).

4. CONCLUSÃO

O Translinguismo é muito mais do que uma simples resposta apta para atender à necessidade crescente de aumentar o potencial comunicativo de forma a satisfazer as necessidades linguísticas, culturais e ideológicas inerentes a todas transformações sofridas durante a Era Digital.

Primeiramente, atendendo à forma como a comunicação é potencializada pela sinalética que atualmente funciona nos espaços em que vivemos, teremos que apontar como, na verdade, o Translinguismo fundamenta-se tanto na criatividade quanto na capacidade

crítica dos indivíduos que pertencem, deslocam-se ou que visitam uma determinada comunidade e que são indispensáveis na partilha e negociação de entendimentos face ao mundo em que se inserem. Desta forma, com base nas premissas que lhes são impostas pelas instituições sociais dominantes, e através das suas próprias experiências pessoais, os indivíduos estão habilitados a declinar diferentes interpretações face aos múltiplos sentidos e significados que são comportados pelas informações ostentadas.

Uma das conclusões essenciais que retiramos do nosso estudo é a constatação que as mudanças que se projetaram, e, facto fundamental, têm vindo a ser projetadas através da sinalética urbana presente na cidade do Funchal, e que se associam, por múltiplas vias, ao translanguismo, poderão ajudar-nos a aceitar e a compreender melhor as diferenças e semelhanças que pontuam as várias línguas e culturas com que nos relacionamos. Tal ocorre também no sentido inverso porque permite a valorização da nossa própria sociedade, como pudemos constatar ao longo do nosso estudo, através de uma interação dialógica que se pretende o mais baseada possível na inclusão do que na exclusão mesmo que tal não seja sempre realizável. A atipicidade da capital madeirense face a outros centros urbanos, deve-se ao facto de a cidade ser detentora, desde os séculos XIX-XX, de uma sinalética identitária muito específica dado que reivindica as tradições locais (familiares ao público nativo) para serem apresentadas a um público não-nativo, desconhecedor das mesmas, permitindo que sejam local e globalmente notabilizadas. A sua presença e visibilidade, ampliadas pelo translanguismo, acabam por se tornar tão associadas ao local que permanecem como símbolos culturais intrínsecos; os indivíduos, segundo o seu pensamento cognitivo, esperam que a sinalética esteja lá.

No âmbito do nosso trabalho, é importante reter a caracterização funcional, que marca o Funchal enquanto cidade multifacetada (como zona habitacional, turística e comercial) especialmente devido à sua orografia “acidentada” – diga-se montanhosa – e que, por essa razão, não corresponde ao que se poderia esperar de uma cidade mais típica, estabelecida em terreno maioritariamente plano. Na verdade, podemos até mesmo afirmar como a cidade do Funchal destaca-se entre outras metrópoles por ser um centro de contrastes. Se por um lado, apresenta transformações profundas marcadas pelas línguas e culturas em contacto e que, conseqüentemente, obrigam a uma modernização galopante visando alcançar os altos níveis de desenvolvimento dos grandes centros urbanos, por outro, ainda conserva elementos que nos podem advertir para a importância de visitar traços

identitários do espaço cosmopolita do Funchal e que lhe conferem um apelo tradicional e individual impedindo a total standardização e despersonalização da urbe.

Aliado ao cosmopolitismo, o “*Funchal de Hoje*” não é mais o “*Funchal de Ontem*” e, face a todo o progresso evidenciado pelas mudanças no planeamento e organização da cidade, surge uma série de estratégias interdisciplinares que, tal como analisámos ao longo desta investigação, fundamentam-se numa observação baseada nos processos cognitivos nos quais os indivíduos se baseiam para conseguir descodificar os enunciados com que interagem. O surgimento de novas gramáticas derivadas do contacto entre línguas pertencentes a grupos muito diversificados é um documento bastante elucidativo dos encontros benéficos que surgem através do convívio linguístico.

De outra perspetiva, respondendo à questão: de que forma é que a sinalética urbana presente na cidade do Funchal é representativa ou não da realidade que retrata, à luz da semiótica social, as constantes transformações inerentes à Globalização obrigam-nos a reformular e a reinterpretar conceitos e ideologias que anteriormente eram tidos como imutáveis e impartilháveis, substituindo-os sucessivamente, num ritmo quase frenético. Mas, ainda assim, observamos como as tradições e patrimónios históricos prevalecem e continuam a ser estimados.

Se as hierarquias e favoritismos linguísticos são, por um lado, testemunhas bem eloquentes que ilustram os conflitos e competições entre línguas e linguagens, idiomas e dialetos, por outro, a tecnologia e o mundo digital, ocuparão, cada vez mais, um lugar proeminente nas sociedades em detrimento de outros legados que correrão sério risco de serem considerados obsoletos e de serem mesmo obliterados. Assim, o que deverá de ser tido em conta é que a própria comunicação e todo o processo de construção e produção de significados nunca ficarão estagnados. Do ponto de vista multimodal, arranjar-se-ão sempre novas maneiras de cativar e envolver o público que é exposto à informação reinventando todos os atos e processos comunicativos e criando, desse modo, mediante o recurso a múltiplas disciplinas, novas perceções e identidades que sejam o mais abrangentes possíveis.

Neste contexto, invocando, nomeadamente, os casos concretos que analisámos, a manter-se a tendência observável nas últimas décadas, a relação entre a imagem e a escrita tornar-se-á tão indissociável que uma não poderá ser referenciada sem que a outra seja imediatamente convocada. Se não é legítimo, neste momento, presumir que todas as

barreiras culturais e linguísticas serão eventualmente abolidas, como corolário dos processos que observamos, e num contexto comunicacional progressivamente globalizado, podemos, no entanto, supor que se irão transformar, em direção a um mais acentuado esbatimento.

No entanto, questionamo-nos quanto aos limites do uso de diversas línguas no espaço urbano, tornando-o um espaço *standard*. Isto ocorre na medida em que se esbatem os traços identitários característicos da própria cidade face a uma crescente uniformização das metrópoles que têm vindo a seguir modelos urbanísticos como os de Nova Iorque, Londres ou Tóquio, consideradas símbolos de progresso e contemporaneidade.

No futuro, seria interessante verificar se ambas as realidades (conservação/mudança) poderiam coexistir de maneira equilibrada sem que a tradição fosse completamente ofuscada ou que a evolução se tornasse demasiado gritante. Também como proposta de reflexão e investigação sugerimos a elaboração de um glossário de conceitos ou de artefactos/itens culturalmente situados. Mas estas são sugestões que deixamos para outros estudiosos que desejem completar a nossa pesquisa com préstimo e rigor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adler, R. B., Rodman, G., & du Pré, A. (2013), *Understanding human communication* (12^a Edição), New York, NY: Oxford University Press, consultado a 17/11/2020 às 14:00.

Albuquerque, J. (2011), *A stefan*, Motopress Lisboa, Edições e distribuição SA, consultado a 02/08/2021 às 18:42.

Almeida, M.-E. (1998), “Particularidades dos falares madeirenses na obra de Horácio Bento de Gouveia”, *Colectânea de conferências, notícias e artigos da 1^a exposição bio-bibliográfica na Casa-Museu Dr. Horácio Bento de Gouveia*, Ponta Delgada - Ilha da Madeira, Funchal, Ed. O Liberal, p. 51-81.

Androulakis, G., Kitsiou, R., Rakitzi, C. & Zerai, E. (2016), “Linguistic cityscape revisited: inscriptions and other signs in the streets of Volos”, *Changing worlds and signs of the times: selected proceedings from the 10th international conference of the hellenic semiotics society*, (Coords.) Eleftheria Deltou & Maria Papadopoulou, pp.622-632, consultado a 25/02/2021 às 11:21, disponível em https://www.academia.edu/30705983/Linguistic_cityscape_revisited_inscriptions_and_other_signs_in_the_streets_of_Volos?email_work_card=view-paper.

Arnaut, K., Blommaert, J., Rampton, B. & Spotti, M. (2016), *Language and superdiversity*, New York & London: Routledge.

Augé, M. (1992), *Não lugares introdução a uma antropologia da supermodernidade*, Campinas, São Paulo: Papirus Editora, pp.71-105, consultado a 7/05/2020 às 10:30.

Austin, J. L. (1975), *How to do things with words*, 2ª Edição, Oxford: Oxford University Press, consultado a 20/12/2020 às 18:00.

Backhaus, P. (2007), *Linguistic landscapes: a comparative study of urban multilingualism in Tokyo*, Clevedon, Buffalo, Toronto: Multilingual Matters Ltd, consultado a 17/12/2020 às 10:00.

Bakhtin, M. (1981), *The dialogical imagination: four essays*, editado por Michael Holsquit, traduzido por Caryl Emerson & Michael Holsquit, consultado a 06/11/2020 às 11:57, pp.1-444, disponível em https://www.academia.edu/38565705/Bakhtin_The_Dialogic_Imagination_Four_Essay.

Barracho, C. & Dias, M. J. (2010), *O espaço e o homem: perspectivas multidisciplinares*, 1ª Edição, Edições Sílabo, Lisboa, consultado a 20/10/2020 às 16:00.

Barthes, R. (1981), *Camera lucida reflections on photography*, traduzido por Richard Howard, New York: Hill and Wang, consultado a 04/11/2020 às 12:11, pp. 3-117, disponível em https://monoskop.org/File:Barthes_Roland_Camera_Lucida_Reflections_on_Photography.pdf

Bayham, M., Bradley, J., Callaghan, J., Hanusova, J. & Simpson, J. (2015), “Language, business and superdiversity in leeds”, *Working papers in translanguaging and translation* (WP. 4), pp. 2-17, consultado a 07/11/2020 às 14:13, disponível em <https://www.semanticscholar.org/paper/Translanguaging-business%3A-Unpredictability-and-in-Baynam-Bradley/b8a04bb698a1d3181d12a08caa2ab217f36cdd4d>

Ben-Rafael, E. (2009), “A sociological approach to the study of linguistic landscapes”, In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic landscape, expanding the scenery*, pp. 40-54, New York & London: Routledge, consultado a 03/01/2021 às 15:00.

Ben-Rafael, E., Shohamy, E., & Barni, M. (2010), *Introduction*, In E. Shohamy, E. Ben-Rafael, & M. Barni (Eds.), *Linguistic landscape in the city*, pp. xi-xxvii, Bristol, Buffalo, Toronto: Multilingual Matters consultado a 03/01/2021 às 15:10.

Bezemer, J., Jewitt, C. & Van Leeuwen, T. (2020), “Tribute to Gunther Kress (1940–2019): reflecting on visuals that shaped his work”, *Visual Communication*, Vol. 19(1), pp. 3–11 consultado a 17/08/2020 às 14:37, disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1470357219883517>.

Biber, D. & Conrad, S. (2009), *Register, genre and style*, o.u.p Cambridge University Press, consultado a 17/08/2020 às 14:33, disponível em <https://books.google.pt/books?id=0HUhombmOJUC&printsec=frontcover&dq=Register,+Genre+and+Style&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjHvcaei9zqAhUGAWMBHXRpDdMQ6AEwAHoECAAAQAg#v=onepage&q=Register%2C%20Genre%20and%20Style&f=false>.

Bhatt, R. & Bolonyai, A. (2019), “On the theoretical and empirical bases of translanguaging”, *Working papers in urban language & literacies*, Artigo apresentado no *Simpósio Internacional sobre Bilinguismo 10*, EUA, pp. 2-25, consultado a 5/05/2020 às 10:00, disponível em https://www.academia.edu/39950581/WP254_Bhatt_and_Bolonyai_2019._On_the_theoretical_and_empirical_bases_of_translanguaging.

Blommaert, J. (2010), *The sociolinguistics of globalization*, o.u.p Cambridge: Cambridge University Press, consultado a 06/10/2020 às 11:21.

Blommaert, J. (2012), *Chronicles of complexity ethnography, superdiversity, and linguistic landscapes*, Edição: Projeto, Tilburg Papers in Culture Studies, Artigo 29, Tilburg University, pp. 1-149, consultado a 11/06/2020 às 16:00, disponível em https://www.researchgate.net/publication/265850728_Ethnography_Superdiversity_and_Linguistic_Landscapes_Chronicles_of_Complexity.

Blommaert, J. (2013), *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes, Chronicles of complexity*, Bristol: Multilingualism Matters, consultado a 20/08/2020 às 18:12.

Blommaert, J. & Maly, I. (2014), “Ethnographic linguistic landscape analysis and social change: a case study”, Tilburg Papers in Culture Studies, Artigo 100, Tilburg University, pp. 1-27, consultado a 19/10/2020 às 14:10, disponível em https://www.researchgate.net/publication/264992781_Ethnographic_Linguistic_Landscape_Analysis_and_social_change_A_case_study

Bourdieu, P., (1983b), *Sociologia* (orga. Renato Ortiz), São Paulo: Ática.

Bourdieu, P. (1991), *Language and symbolic power*, editado e apresentado por John B. Thompson, traduzido por Gino Raymond & Matthew Adamson, Polity Press, consultado a 17/08/2021 às 17:30.

Bussman, H. (2006), *Routledge dictionary of language and linguistics*, traduzido e editado por Gregory Trauth & Kerstin Kazzazi, Routledge, consultado a 7/05/2020 às 10:05, disponível em https://www.academia.edu/21666719/Routledge_Dictionary_of_Language_and_Linguistics.

Bruner, E. (2005), *Culture on tour: ethnographies of travel*, University of Chicago Press, consultado a 20/08/2021 às 18:06, disponível em https://books.google.pt/books?id=8I0d58cWjhYC&printsec=frontcover&dq=culture+on+tour+ethnographies+of+travel&hl=pt-PT&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=culture%20on%20tour%20ethnographies%20of%20travel&f=false.

Bruyèl-Olmedo, A. & Juan-Garau, M. (2009), “English as a lingua franca in the linguistic landscape of the multilingual resort of S'Arenal in Mallorca”, *International journal of multilingualism*, Vol. 6(4), pp. 386-411, consultado a 06/12/2020 às 11:38, disponível em https://www.researchgate.net/publication/233107703_English_as_a_lingua_franca_in_the_linguistic_landscape_of_the_multilingual_resort_of_S%27Arenal_in_Mallorca, DOI:10.1080/14790710903125010.

Cao, D. (2007), *Translating Law*, Clevedon: Multilingual Matters, consultado a 20/12/2020 às 17:30.

Câmara, B. (2002), “A economia da Madeira (1850-1914)”, Imprensa de Ciências Sociais: Lisboa, consultado a 20/08/2020 às 15:17.

Cameron, D. (2000), “Styling the worker: gender and the commodification of language in the globalized service economy”, *Journal of sociolinguistics*, Vol. 4, pp. 323–347, consultado a 16/08/2021 às 14:00, disponível em <https://www.semanticscholar.org/paper/Styling-the-worker%3A-Gender-and-the-commodification-Cameron/93db4d2314ab0db82b93ff410eed59bdd0da9aec>.

Canagarajah, A.S. (2013), *Translingual practice: global Englishes and cosmopolitan relations*, New York: Routledge.

Canagarajah, S. (2016), “Crossing borders, addressing diversity”, *Language teaching*, Vol. 49, pp. 438-454, consultado a 06/10/2020 às 11:15, disponível em https://www.academia.edu/25775809/Crossing_borders_addressing_diversity, DOI: 10.1017/S0261444816000069.

Capone, A. & Mey, J. (Eds.) (2016), *Interdisciplinary studies in pragmatics, culture and society*, New York: Springer, consultado a 17/08/2020 às 14:35, disponível em <https://books.google.pt/books?id=sdRJCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Interdisciplinary+Studies+in+Pragmatics,+Culture+and+Society&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwiEjajgi9XqAhXD0eAKHaUBDkkQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=Interdisciplinary%20Studies%20in%20Pragmatics%2C%20Culture%20and%20Society&f=false>.

Carita, R. (2008), *Funchal 500 anos de História*, Edição Funchal 500 Anos, E. M., consultado a 18/08/2021 às 11:39.

Carita, R. (2013), *História do Funchal*, Edição: Associação Académica da Universidade da Madeira, consultado a 19/08/2021 às 18:15.

Carita, R. (2020), *História da Madeira séc. XX – O caminho para a autonomia*, Edição: Imprensa Académica, consultado a 19/08/2021 às 18:20.

Carmo, C. (2009), “Impactos da multimodalidade na constituição do hibridismo intra e intergenérico”, *Simpósio Internacional de Estudos de Géneros Textuais (International Symposium on Genre Studies): O Ensino em Foco*, pp. 1-18, consultado a 17/08/2020 às 15:15.

Carson, L. (2016), *The sights and sounds of the multilingual city*, In Lid King & Lorna Carson (Eds.), *The multilingual city: vitality, conflict and change*, Bristol: Multilingual Matters, pp. 49-86, consultado a 07/04/2021 às 12:22, disponível em https://www.academia.edu/27344075/The_sights_and_sounds_of_the_multilingual_city?email_work_card=view-paper.

Carvalho, F. (2010), *Semiótica social e gramática visual: o sistema de significados interativos*, CEAUL - Centro de Estudos Anglístico da Universidade de Lisboa, SER. III, N. 1, pp. 265- 281, consultado a 11/06/2020 às 16:30, disponível em <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/5589>.

Castells, M. (2010), *The power of identity, the information age: economy, society, and culture*, Vol. II, Wiley-Blackwell (Eds.), consultado a 16/02/2021 às 10:21, disponível em https://www.academia.edu/2215687/The_power_of_identity_The_information_age_Economy_society_and_culture.

Chambers, J. (2017), *The annual review of linguistics*, Vol. 3, pp.1–23, consultado a 11/08/2021 às 18:32, disponível em <https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev-linguistics-051216-040225>, DOI: 10.1146/annurev-linguistics-051216-040225.

Chomsky, N. (1967), *Recent contributions to the theory of innate ideas*, Cohen R.S., Wartofsky M.W. (Eds.), *A portrait of twenty-five years*, Boston Studies in the Philosophy of Science, Springer, Dordrecht, consultado a 20/08/2020 às 17:35, DOI: https://doi.org/10.1007/978-94-009-5345-1_3.

Cope, B. & Kalantzis, M. (Eds.) (2000), *Multiliteracies: literary learning and the design of social futures*, London: Routledge, consultado a 16/08/2021 às 14:15.

Coupland, N. (2007), *Style: language, variation and identity*, o.u.p Cambridge University Press, consultado a 17/08/2021 às 18: 21, disponível em https://books.google.pt/books?id=oJE462b0kv4C&printsec=frontcover&dq=Style:Language,+variation+and+identity&hl=pt-PT&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Style%3ALanguage%2C%20variation%20and%20identity&f=false

Coupland, N. (2010), “Welsh linguistic landscapes ‘from above’ and ‘from below’”, *Semiotic landscapes: language, image, space*, editado por Adam Jaworski & Crispin Thurlow, pp. 77-101, London: Continuum.

Coupland, J. (2014), *Small talk*, Routledge, consultado a 17/08/2021 às 18:16, disponível em https://books.google.pt/books?id=VGLJAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=small+talk+justine+coupland&hl=pt-PT&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=small%20talk%20justine%20coupland&f=false

Correia, L. (2011), *Traços toponímicos da freguesia da Sé*, Dissertação de Mestrado em Estudos Regionais e Locais, disponível em <https://repositorio.uma.pt/handle/10400.13/669>

Costa, P. (2013), *Comércio tradicional e pedonização no centro do Funchal*, Dissertação de Mestrado em Gestão do Território, Universidade Nova de Lisboa [janeiro de 2013], consultado a 20/08/2021 às 21:02.

Costa, C., & Albuquerque, H. (2017), “Um novo modelo conceptual para o turismo urbano”, (Coords.) F. Silva, & J. Umbelino, *Planeamento e desenvolvimento turístico*, pp. 409-424, Lisboa: Lidel, consultado a 23/06/2021 às 15:29, disponível no Repositório UPT, <http://hdl.handle.net/11328/2790>

Domke, C. (2015), “Prohibition signage in public places: on the functional organization of different media, communication forms, and text types”, 10plus1: *Living linguistics*, Edição 1, *Media linguistics*, consultado a 12/06/2020 às 10:00, pp. 1-8, disponível em http://10plus1journal.com/wp-content/uploads/2015/10/02_WEBGRAPHIC_Excerpt_Domke.pdf.

Dictionary, C. E. (1979), Glasgow, UK: Harper Collins Publishers.

Eberhard, D. M., G. F. Simons, & C. D. Fennig (Eds.) (2021), *Ethnologue: languages of the world*, 24^a Edição edition, Dallas, Texas: SIL International, disponível em <http://www.ethnologue.com>.

Eco, U. (1968), *La definicion de la arte*, Edições Martínez Roca, S. A., consultado a 17/08/2020 às 13:58, pp. 9-285, disponível em <https://fisicartes.files.wordpress.com/2018/02/umberto-eco-la-definicion-del-arte.pdf>.

Eastman, C. M. (1992), *Codeswitching as an urban language contact phenomenon*, In C. Eastman (Eds.) *Codeswitching*, Multilingual Matters, vol. 13, pp. 1-18.

Facciani, C. (2021), *Multilingual discourse: the creativity and flexibility of translanguaging practices, cultural diversity in cross-cultural settings: a global approach*, editado por Tamila Mammadova, consultado a 5/10/2021 às 17:47, disponível em

https://books.google.pt/books?hl=en&lr=lang_en&id=SpdEEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA21&ots=pliu12GQaG&sig=8FOMe_h0Dkj-0IfFfe06artRotI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Fairclough, N. (1992), *Discourse and social change*, Polity Press, consultado a 21/08/2020 às 11:30, pp. 1-251, disponível em <https://pt.scribd.com/doc/193533535/Discourse-and-Social-Change-by-Norman-Fairclough-pdf>.

Fernandes, M. (1987), “Para uma leitura iconográfica do Funchal - letreiros pintados 1850-1927”, *Revista Islenha*, Nº. 1, consultado a 12/06/2020 às 10:30.

Ferencik, M. (2015), “Construction of private space in an urban semioscape: a case study in the sociolinguistics of globalization”, *Human Affairs*, Vol. 25, pp. 365–379, consultado a 03/01/2021 às 14:52, disponível em https://www.academia.edu/19580993/Construction_of_Private_Space_in_An_Urban_Semioscape_A_Case_Study_in_the_Sociolinguistics_of_Globalisation?email_work_card=view-paper, DOI: 10.1515/humaff-2015-0029

Ferreira, I. (2012), *A publicidade como género retórico de uma retórica da persuasão para uma retórica de sedução*, FAL - DCA | Dissertações de Mestrado e Teses de Doutoramento, pp. 1-227, consultado a 6/05/2020 às 16:00, disponível em <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/2817>.

Gaiser, L. (2014), *Reading the Curry Mile: language use in the linguistic landscape of Rusholme, Manchester*, School of Arts, Languages and Cultures at the University of Manchester, Oxford Road, Manchester M13 9PL, United Kingdom, consultado a 20/12/2020 às 11:54, pp.1-55, disponível em https://www.academia.edu/12688877/Reading_the_Curry_Mile_Language_Use_in_the_Linguistic_Landscape_of_Rusholme_Manchester?email_work_card=view-paper

Gardner-Chloros, P. (1997), *Code-switching: language selection in three Strasbourg department stores*, In Coupland N., Jaworski A. (Eds.) *Sociolinguistics*, Modern Linguistics Series, Palgrave, London, pp.361-375, consultado a 4/05/2020 às 10:15, disponível em https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-349-25582-5_29.

Gama, J. (2011), *Arquitetura e turismo na cidade do Funchal no século XX*, Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitetura, Universidade de Coimbra (Policopiado) consultado a 20/08/2020 às 17:20.

Gee, J. (2005) *An introduction to discourse analysis: theory and method*, New York: Routledge, consultado a 17/08/2020 às 15:20, disponível em <https://anekawarnapendidikan.files.wordpress.com/2014/04/an-introduction-to-discourse-analysis-by-james-paul-gee.pdf>

Geldenhuis, N. (2019), *The language of forms: a discourse analysis of municipal application forms*, A thesis submitted in fulfilment of the requirements for the degree of Magister Artium in the Department of Linguistics, University of the Western Cape, pp.1-112, consultado a 06/10/2020 às 11:13, disponível em <http://etd.uwc.ac.za/handle/11394/6952>

Gorter, D. & Cenoz, J. (2015), “Translanguaging and linguistic landscapes”, *Linguistic landscape*, Vol. 1(1), pp. 54-74, DOI: 0.1075/ll.1.1/2.04gor, consultado a 3/08/2021 às 13:30, disponível em https://www.academia.edu/31121980/Translanguaging_and_linguistic_landscapes.

Gogonas, N. & Maligkoudi, C. (2019), “Translanguaging instances in the Greek linguistic landscape in times of crisis”, *Journal of applied linguistics*, Vol. 32, Greek Applied Linguistics Association (GALA), pp.66-82, DOI: <https://doi.org/10.26262/jal.v0i32.7528>, eISSN: 2408-025X, consultado a 24/04/2021 às 14:24, disponível em https://www.academia.edu/41408500/TRANSLANGUAGING_INSTANCES_IN_THE_GREEK_LINGUISTIC_LANDSCAPE_IN_TIMES_OF_CRISIS?email_work_card=view-paper.

Gomes, V. (2000), *O comércio do centro do Funchal: leitura lógica da internacionalização e das ligações global-local*, Centro de Estudos de História do Atlântico, Secretaria Regional do Turismo e Cultura, Funchal, 170 p, consultado a 20/08/2021 às 20:44.

Gonçalves, K. (2012), “Semiotic landscapes and discourses of place within a Portuguese-speaking neighborhood”, pp.71-99, consultado a 20/06/2020 às 14:00, disponível em https://www.academia.edu/15068384/Semiotic_Landscapes_and_Discourses_of_Place_within_a_Portuguese-Speaking_Neighborhood?email_work_card=view-paper.

Grice, H. P., *Logic and conversation* (1975), *Syntax and semantics*, Vol. 3, *Speech acts*, editado por Peter Cole & Jerry L. Morgan, New York: Academic Press, pp. 41-58, consultado a 12/05/2021 às 16:00, disponível em <https://www.ucl.ac.uk/lis/studypacks/Grice-Logic.pdf>.

Gupta, A. & Ferguson, J. (1992), “Beyond ‘Culture’: space, identity, and the politics of difference”, *Cultural anthropology*, Vol. 7, pp. 6-23, consultado a 03/12/2020 às 14:00.

Halliday, M. (1978), *Language as social semiotic*, London: Edward Arnold.

Hanauer, D. (2011), “The discursive construction of the separation wall at Abu Dis: graffiti as political discourse.”, *Journal of language and politics*, Vol. 10(3), pp. 301-321, consultado a 20/12/2019 às 13:00.

Heller, M. (1999), *Alternative ideologies of la francophonie*, *Journal of sociolinguistics*, Vol. 3, pp.336-359.

Heller, S. & C., Seymour (2011), *Graphic style, from a Victorian to New Century* (3ª Edição), New York: Abrams.

Hinner, M. B. (2017), “Intercultural misunderstandings: causes and solutions”, *Russian journal of linguistics*, Vol. 21, No. 4, pp. 885—909, consultado a 17/11/2020 às 13:15, disponível em https://www.researchgate.net/publication/321159943_INTERCULTURAL_MISUNDERSTANDINGS_CAUSES_AND_SOLUTIONS, DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-4-885-909

Hoare, M. (2004), *The quintas of Madeira: windows into the past - in search of Madeira's vanishing quinta's*, Editor: Francisco Ribeiro, Funchal.

Hodge, R., & Kress, G. (1988), *Social semiotics*, Cornell University Press, consultado a 11/11/2021 às 15:55.

Holmes, H. (2014), “Linguistic fetish: the sociolinguistics of visual multilingualism”, *Visual communication*, consultado a 28/07/2021 às 09:44, disponível em https://www.academia.edu/11740048/Linguistic_fetish_The_sociolinguistics_of_visual_multilingualism

Horn, L. & Kecskes, I. (2013), *Pragmatics, discourse and cognition*, Geneva-Paris: Librairie Droz, pp.353-375, consultado a 17/08/2020 às 14:54, disponível em https://www.researchgate.net/publication/289525605_Laurence_Horn_Istvan_Kecskes_2013_Pragmatics_discourse_and_cognition_In_Anderson_Stephen_R_Jacques_Moeschler_and_Fabienne_Reboul_eds_The_Language-Cognition_Interface_Geneva-Paris_Librairie_Droz_353-37

Jaworski, A. (2015), “Globalese: a new visual-linguistic register”, *Social semiotics*, Vol. 25(2), pp. 217-235, consultado a 03/08/2021 às 13:10, disponível em <http://dx.doi.org/10.1080/10350330.2015.1010317>, DOI: 10.1080/10350330.2015.1010317.

Jaworski, A. & Thurlow, C. (2009), *Introducing semiotic landscapes*, consultado a 21/06/2020 às 14:30, disponível em https://www.academia.edu/9345007/Introducing_semiotic_landscapes?email_work_card=view-paper.

Jaworski, A. & Thurlow, C. (Eds.) (2010), *Semiotic landscapes: language, image, space*, Continuum Publishing, consultado a 7/05/2020 às 11:00, disponível em <https://books.google.pt/books?id=Vr9WNLgGpgC&printsec=frontcover&dq=semiotic+landscapes+language+image+space&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjxvObZ7KTqAhUImRoKHSObDm0Q6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=semiotic%20landscapes%20language%20image%20space&f=false>.

Jewitt, C. & Triggs, T. (Eds.) (2006), “Screens and the social landscape”, edição especial de *Visual communication*, Vol. 5(2) consultado a 7/05/2020 às 11:45.

Jewitt, C., Bezemer, J., O'Halloran & K. (2016), *Introducing multimodality*, Routledge, consultado a 17/08/2020 às 15:25, disponível em <https://books.google.pt/books?id=tazOCwAAQBAJ&pg=PR1&dq=Introducing+Multimodality&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwj6xcimt9vyAhUE-hQKHRcABbQQ6AEwAXoECAsQAg#v=onepage&q=Introducing%20Multimodality&f=false>

Joly, M. (1994), *Introdução à análise da imagem*, Edições 70: Lisboa, consultado a 20/10/2020 às 16:30.

Joly, M. (2005), *A imagem e os signos*, Edições 70: Lisboa consultado a 20/10/2020 às 16:45.

Järlehed, J. (2017), “Genre and metacultural displays: the case of street-name signs”, *Linguistic landscape: an international journal*, pp. 286 – 305, University of Gothenburg, DOI: 10.1075/ll.17020.jar, consultado a 07/06/2021 às 14:27, disponível em https://www.academia.edu/35704475/Genre_and_metacultural_displays_the_case_of_street_name_signs?email_work_card=view-paper.

Kádár, D. & Haugh, M. (2013), *Understanding politeness*, o.u.p Cambridge University Press, pp.1-9, consultado a 6/05/2020 à 16:15, disponível em https://www.academia.edu/9975617/Understanding_Politeness.

Kecskes, I. (2014), *Intercultural pragmatics*, Oxford University Press, consultado a 18/08/2020 às 15:33, pp.3-6, disponível em <https://books.google.pt/books?id=SBBAQAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Kecsk%C3%A9s,+I.,+Oxford+,+Intercultural+Pragmatics+,+Oxford:+Oxford+University+Press&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjaudji-dTqAhU8AWMBHUhGD0IQ6AEwAHoECAQQAg#v=onepage&q=Kecsk%C3%A9s%2C%2>

Oxford%20Intercultural%20Pragmatics%20Oxford%3A%20Oxford%20University%20Press&f=false.

Klopf, D. W. (1998), *Intercultural encounters: the fundamentals of intercultural communication* (4ª Edição), Englewood, CO: Morton Publishing Company.

Koller, V. (2015), “How to analyse collective identity in discourse – textual and contextual parameters, critical approaches to discourse analysis across disciplines”, Vol. 5 (2), ISSN: 1752-3079, pp.19-38, consultado a 29/07/2021 às 15:55, disponível em <https://www.cda20plus.humanities.uva.nl/wp-content/uploads/2014/08/Koller-How-to-Analyse-Collective-Identity-in-Discourse.pdf>.

Kramsch, C. & Whiteside, A. (2008), “Language ecology in multilingual settings: Toward a theory of symbolic competence”, *Applied linguistics*, Vol. 29 (4), pp. 645–671, consultado a 17/08/2020 às 17:50, disponível em <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.875.6236&rep=rep1&type=pdf>.

Kress, G. (2010), *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*, New York: Routledge, consultado a 18/08/2020 às 15:40, disponível em https://books.google.pt/books?id=ihTm_cI58JQC&printsec=frontcover&dq=Kress,+G+,+2010+,+Multimodality:+A+Social+Semiotic+Approach+to+Contemporary+Communication+,+New+York:+Routledge.&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwiz1dmG-dTqAhW0sRQKHc_SCu4Q6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=Kress%20G%202010%20Multimodality%3A%20A%20Social%20Semiotic%20Approach%20to%20Contemporary%20Communication%20New%20York%3A%20Routledge.&f=false.

Kress, G. (2012), *Multimodal discourse analysis, The routledge handbook of discourse analysis*, editado por James Paul Gee and Michael Handford, pp.35-50, consultado a 20/08/2020 às 16:00, disponível em https://www.academia.edu/36763275/Routledge_Handbook_of_Discourse_Analysis.

Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2001), *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*, Oxford UK: Oxford University Press, pp1-2, consultado a 11/08/2021 às 19:33, disponível em <https://newlearningonline.com/literacies/chapter-8/kress-and-van-leeuwen-on-multimodality>.

Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2006), *Reading images the grammar of visual design*, 2ª edição, Routledge, consultado a 7/05/2020 às 10:40, disponível em <https://cdn.glitch.com/05cf2253-657b-4ca7-a4fe-293daf3e7498%2Fkress%20and%20van%20leeuwen%20-%20reading%20images%20the%20grammar%20of%20visual%20design%20.pdf?1547629033311>.

Labov, W. (1976), *Sociolinguistique*, Les Éditions de Minuit, consultado a 17/08/2020 às 17:00.

Labov, W. (2011), *Principles of linguistic change*, Vol. 3, *Cognitive and cultural factors*, Oxford: Wiley Blackwell, consultado a 11/08/2021 às 16:12, disponível em <https://books.google.pt/books?id=Gfd2z3fHdHIC&pg=PP2&dq=Principles+of+Linguistic+Change,+Volume+3:+Cognitive+and+Cultural+Factors&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjv6aD7qvyAhWvDWMBHeXcDNkQ6AEwA3oECAoQAQAg#v=onepage&q=Principles%20of%20Linguistic%20Change%20Volume%203%3A%20Cognitive%20and%20Cultural%20Factors&f=false>.

Lamb, G. & Sharma, B. K. (2019), “Introduction: tourism spaces at the nexus of language and materiality”, *Applied linguistics*, Revisão 2021, Vol. 12 (1), pp.1–9, De Gruyter Mouton (Eds.), consultado a 07/04/2021 às 12:24, disponível em https://www.academia.edu/40608326/Introduction_Tourism_spaces_at_the_nexus_of_language_and_materiality?email_work_card=view-paper.

Landry, R. & Bourhis, R. Y (1997), “Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: an empirical study”, *Journal of language and social psychology*, Vol. 16, pp.23-49, consultado a 21/06/2020 às 15:00.

Lash, S. & Urry, J. (1993), *Economies of signs and spaces*, London: Sage, consultado a 17/08/2021 às 16:50 disponível em https://books.google.pt/books?id=jn-7IE-D4hUC&printsec=frontcover&dq=Economies+of+signs+and+spaces&hl=pt-PT&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Economies%20of%20signs%20and%20spaces&f=false

Leander, K. & Vasudevan, L. (2009), “Multimodality and mobile culture”, *Handbook of multimodal analysis*, C. Jewitt (Ed.), London: Routledge, pp. 127-139, consultado a 03/12/2020 às 13:48.

Leeman, J. & Modan, G. (2019), *Commodified language in Chinatown: a contextualized approach to linguistic landscape*, *Journal of applied linguistics*, Vol. 32, publicado pela Greek Applied Linguistics Association (GALA), pp. 332-362, consultado a 22/05/2021 às 21:47, DOI: <https://doi.org/10.26262/jal.v0i32.7528>, eISSN: 2408-025X, disponível em https://www.academia.edu/350770/Commodified_language_in_Chinatown_A_contextualized_approach_to_linguistic_landscape?email_work_card=view-paper.

Lemke, J. (2009), “Multimodality, identity and the time”, *Handbook of multimodal analysis*, C. Jewitt (Ed.), London: Routledge, pp.140-150, consultado a 03/12/2020 às 13:18.

Leuckert, S., Neumaier, T. & Yurchenko, A., (2021), “English in Madeira: history and features of a lesser-known variety in the Atlantic - exploring English as the dominant language of tourism in a former quasi-colony”, *English today 1 of 10*, o.u.p Cambridge University Press, DOI:10.1017/S0266078421000328, consultado a 25/09/2020 às 14:00.

Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2014), *O capitalismo estético na era da globalização*, Lisboa: Edições 70, consultado a 05/07/2020 às 13:15, disponível em <https://books.google.pt/books?hl=pt->

Lou, J. J. (2007), *Revitalizing Chinatown into a heterotopia*, *Space and culture*, Vol. 10(2), pp. 170–194, DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1206331206298547>.

Maingueneau, D. (1997), *Novas tendências em análise do discurso*, Trad. rev. Adagoberto Batista, Campinas: Unicamp, Pontes Editores.

Makoni, S. & Pennycook, A. (2007), *Disinventing and (re) constituting languages*, Buffalo, NY: Multilingual Matters, consultado a 19/08/2020 às 16:55, disponível em <https://books.google.pt/books?id=K2jTpJBQm0gC&printsec=frontcover&dq=disinventing+and+reconstituting+languages+pdf&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwiVncP8s9frAhUB8xQKHT2PCkIQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=disinventing%20and%20reconstituting%20languages%20pdf&f=false>.

Maly, I. (2015), *Detecting social changes in times of superdiversity: an ethnographic linguistic landscape analysis of Ostend in Belgium*, *Journal of ethnic and migration studies*, pp.1-43, consultado a 19/10/2020 às 13:57, disponível em [Detecting_social_changes_in_times_of_superdiversity_An_ethnographic_linguistic_landscape_analysis_of_Ostend_in_Belgium_Journal_of_Ethnic_and_Migration_Studies_email_work_card=view-paper](https://doi.org/10.1080/17447983.2015.1052441).

Marques, G. (2011), “A multimodalidade ao serviço da representação: análise de uma brochura empresarial”, *Exedra: Revista Científica*, ISSN-e: 1646-9526, N.º. 5, pp. 135-144, consultado a 11/11/2021 às 16:00, disponível em <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3696731>.

Martinet, A. (1967), *Elementos de linguística geral*, Editora Brasil, consultado a 24/05/2021 às 10:35, disponível em https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4565632/mod_resource/content/1/Martinet%20-%20Elementos%20de%20Lingu%C3%ADstica%20-%20Lingu%C3%ADstica%20Lingu%C3%ADstica.pdf.

Marujo, N. (2013), “O desenvolvimento do turismo na ilha da Madeira”, *Turydes - revista de investigación en turismo y desarrollo local*, Vol. 7, N.º. 16, consultado a 20/08/2020 às 15:00, disponível em <https://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/12565>.

McDowell, S. (1997), Telecommunications, cities, and geographic and social space, *Journal of Communication*, Vol. 47(1), pp. 136-143, consultado a 03/12/2020 às 14:14.

Mey, J. (2001), *Pragmatics: an introduction*, Oxford, Blackwell Publishing, consultado a 18/08/2020 às 15:55, disponível em <https://documents.in/document/mey-pragmatics-an-introduction.html>.

Milozzo, G. & Gattolin, S. (2019), “Eles começam sanguear: translinguagem como prática criativa e de construção de conhecimento em português língua estrangeira”, *Pensares em revista*, São Gonçalo-RJ, N.º 15, pp. 109-125, consultado a 12/06/2020 às 11:00, disponível em <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/pensaresemrevista/article/view/41987>.

Moniz, A., Pinheiro, J., Coelho, L., Sousa, A. & Pinheiro, C. (2018), Livro de Resumos, Colóquio Internacional *Viagem e cosmopolitismo: da ilha ao mundo* (25-26 de outubro), Centro de Estudos Comparatistas, Universidade da Madeira, ISBN: 978-989-8805-39-3, pp. 1-59, Funchal, (PT), consultado a 02/08/2021 às 14:05, disponível em <https://digituma.uma.pt/handle/10400.13/2351>.

Newfield, D. (2009), “Transformation, transduction and the transmodal moment”, *Handbook of multimodal analysis*, C. Jewitt (Ed.), London: Routledge, Cap.7, consultado a 07/12/2020 às 09:002.

Nunes, N. (2014), “Variação social e vitalidade de alguns regionalismos madeirenses no português falado na cidade do Funchal”, N.º 46, 1.º semestre, Rio de Janeiro, pp. 365-370, consultado 02/08/2021 a 18:57, disponível em https://www.researchgate.net/publication/288981267_Variacao_social_e_vitalidade_de_alguns_regionalismos_madeirenses_no_portugues_falado_na_cidade_do_funchal.

Ogden, C. K., & Richards, I. A. (1923), *The meaning of meaning*, New York, NY: Harcourt Brace, consultado a 17/11/2020 às 14:07.

Otheguy, R., García, O. & Reid, W. (2015), “Clarifying translanguaging and deconstructing named languages: a perspective from linguistics”, *Applied linguistics*, Revisão Vol. 6(3), pp. 281-307, consultado a 19/08/2020 às 17:00.

Papen, U. (2012), “Commercial discourses, gentrification and citizens’ protest: the linguistic landscape of Prenzlauer Berg, Berlin”, *Journal of sociolinguistics*, Vol. 16(1): pp. 56-80, consultado a 20/12/2019 às 14:00.

Papen, U. (2015), “Signs in cities: the discursive production and commodification of urban spaces”, *Sociolinguistics studies*, Vol. 9.1, Equinox Publishing, pp.1-16, DOI: 10.1558/sols.v9i1.21627, consultado a 24/02/2021 às 07:25, disponível em https://www.academia.edu/14456814/Signs_in_cities_the_discursive_production_and_commodification_of_urban_spaces?email_work_card=view-paper

Peirce, C. S. (2014), *Peirce on signs: writings on semiotic*, editado por James Hoopes, University of North Carolina Press, Chapel Hill & London, consultado em 02/07/2021 às 14:00, disponível em https://books.google.pt/books?id=BrMAGAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=peirce+on+signs+writings+on+semiotic+by+charles+sanders+peirce&hl=pt-PT&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=peirce%20on%20signs%20writings%20on%20semiotic%20by%20charles%20sanders%20peirce&f=false

Peres-Neto, L. (2012), “Considerações acerca do uso dos Estudos Críticos do Discurso na pesquisa em comunicação”, *Interin*, Vol. 14, N.º 2, pp. 5-17, consultado a 25/09/2020 às 15:22.

Pennycook, A. (2010a), “Spatial narrations: graffscapes and city souls.”, *Semiotic landscapes: language, image, space*, editado por Adam Jaworski & Crispin Thurlow, pp. 137-150, London: Continuum, consultado a 20/12/2019 às 13:55.

Pennycook, A. (2010b), *Language as a local practice*, London: Routledge, consultado a 18/08/2021 às 13:00, disponível em <https://books.google.fm/books?id=BFYuCgAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>

Pennycook, A. (2017), “Translanguaging and semiotic assemblages”, *International journal of multilingualism*, Vol. 14(3), pp. 269-282, disponível em <https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080%2F14790718.2017.1315810>, DOI: 10.1080/14790718.2017.1315810, consultado a 25/09/2020 às 15:17.

Pinker, S. (2015), *Language, cognition and human nature*, Oxford: Oxford University Press, consultado a 19/08/2020 às 16:32 disponível em https://books.google.pt/books?id=cZeJAAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Pinker,+S.,+2015,+Language,+Cognition+and+Human+Nature+,+Oxford:+Oxford+University+Press&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwipveC_99TqAhWo3OAKHdgDAggQ6AEwAHoECAYQAg#v=onepage&q&f=false

Pratt, M. L. (1992), *Imperial eyes: travel writing and transculturation*, London: Routledge.

Prinsloo, M. & Krause, L. (2019), “Translanguaging, place and complexity, language and education”, Vol. 32(2) numa Edição Especial sobre *Translingual and transmodal complexity and innovation in english-language-dominant southern schooling*, Editor Convidado, Mastin Prinsloo, pp.1-13, consultado a 24/05/2021 às 11:26, disponível em

https://www.academia.edu/38968723/Translanguaging_place_and_complexity?email_work_card=view-paper.

Ramos, D. & Costa, C., (2017), “Turismo: tendências de evolução”, PRACS: revista eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP, consultado a 23/06/2021 às 15: 45, disponível em <https://periodicos.unifap.br/index.php/pracs>, ISSN: 1984-4352 Macapá, Vol. 10, N.º 1, pp. 21-33, DOI: 10.18468/pracs.2017v10n1.p21-33

Rampton, B. (1995), *Crossing: language and ethnicity among adolescents*, Longman.

Ravelli, L. & Van Leeuwen, T. (2018), “Modality in the digital age”, *Visual communication*, Vol. 0(0), pp. 1–21, consultado a 07/10/2020 às 09:00, Reimpressões e autorizações: sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav, DOI: 10.1177/1470357218764436.

Restrepo-Quevedo, D. (2015), “Developing a reference framework for the research of multimodality in design (construyendo un marco de referencia para la investigación de la multimodalidad en diseño)”, Primer Precoloquio Doctoral: Memorias Doctorado en Diseño y Creación, Editora: Universidad de Caldas, pp.104-108, consultado a 18/08/2020 às 15:31, disponível em https://www.researchgate.net/publication/326878558_Developing_a_Reference_Framework_for_the_Research_of_Multimodality_in_Design_Construyendo_un_Marco_de_Referencia_para_la_Investigacion_de_la_Multimodalidad_en_Disenio.

Reyes, R. (2014), “Language of "order": English in the linguistic landscape of two major train stations in the Philippines”, *Asian journal of English language studies* (AJELS) UST-Department of English (2014), Vol. 2, pp. 24-49, consultado a 24/02/2021 às 09:00, disponível em https://www.academia.edu/39366420/Language_of_Order_English_in_the_Linguistic_Landscape_of_Two_Major_Train_Stations_in_the_Philippines?email_work_card=title.

Ruhly, S. (1982), *Intercultural communication*, 2ª Edição, MODCOM (Modules in Speech Communication), Chicago, IL: Science Research Associates.

Said, E. W. (1994), *Culture and imperialism*, Vintage Books London, consultado a 17/08/2020 às 17:57, disponível em <https://books.google.pt/books?id=pC8aBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=edward+said+culture+and+imperialism&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwj944iuu-LmAhVH4YUKHXRyD2UQ6AEIKzAA#v=onepage&q=edward%20said%20culture%20and%20imperialism&f=false>.

Santos, P. & Silva, F. (2018), “A construção de sentido em anúncios publicitários: uma análise dos processos intertextuais e dos elementos multimodais”, *Memento - Revista de linguagem, cultura e discurso*, Mestrado em Letras - UNINCOR – ISSN: 1807-9717, Vol. 9, N. 2 (julho-dezembro), pp.1-14, consultado a 03/01/2021 às 14:00, disponível em <http://periodicos.unincor.br/index.php/memento/article/view/4566>.

Saussure, F. (1916), *Curso de linguística geral*, Editora Cultrix, consultado a 20/08/2020 às 14:35, disponível em https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4622783/mod_resource/content/1/Saussure16CursoDeLinguisticaGeral.pdf.

Searle, J. R. (1969), *Speech acts*, o.u.p Cambridge: Cambridge University Press.

Sebba, M. (2010), “Discourses in transit”, *Semiotic landscapes: language, image, space*, editado por Adam Jaworski & Crispin Thurlow, London: Continuum, pp. 59-76.

Shohamy, Elana & Gorter, D. (Eds.) (2009), *Linguistic landscape: expanding the scenery*, New York: Routledge.

Shohamy, E., & Shoshi, W. (2009), “Linguistic landscape as an ecological arena: modalities, meanings, negotiations, education”, *Linguistic landscape: expanding the scenery*, editado por Elana Shohamy & Durk Gorter, pp. 313-331, Oxon: Routledge.

Silvestre, C. (2010), “Linguagem verbal e não-verbal: contributos para uma gramática visual”, *Cadernos PAR* N.º 03 (abril), pp. 82-96, consultado a 5/05/2020 às 10:14, disponível em <https://iconline.iplleiria.pt/handle/10400.8/188>.

Silva, A. (1997), “A linguística cognitiva uma breve introdução a um novo paradigma em linguística”, *Revista portuguesa de humanidades*, ISSN: 0874-0321, Vol. 1, N.º. 1-2, 1997, pp. 1-44, consultado a 03/01/2021 às 14:30, disponível em <https://www.inf.unioeste.br/~jorge/MESTRADOS/LETRAS%20-%20MECANISMOS%20DO%20FUNCIONAMENTO%20DA%20LINGUAGEM%20-%20PROCESSAMENTO%20DA%20LINGUAGEM%20NATURAL/ARTIGOS%20INTERESSANTES/Lingu%EDstica%20Cognitiva.pdf>

Silva, A. (2010), “Palavras, significados e conceitos o significado lexical na mente, na cultura e na sociedade”, *Cadernos de Letras da UFF – Dossiê: Letras e cognição*, N.º 41, pp. 27-53, consultado a 6/05/2020 às 16:30, disponível em https://www.researchgate.net/publication/290789882_Palavras_significados_e_conceitos_o_significado_lexical_na_mente_na_cultura_e_na_sociedade.

Silva, I. (1985), “A Madeira e o turismo: Pequeno esboço geográfico”, SRTC: Funchal.

Sousa, A. (2009), “English loan words in Portuguese media texts across domains” *Discourse, communication and the enterprise*, 5th Int. DICOEN Conf., U Milano, Italy, (24-26 de setembro), Conference Proceedings, / [a cura di] M. Bait, M.C. Paganoni. - Bergamo : Lubrina, ISBN: 9788877663979, disponível em <https://air.unimi.it/handle/2434/69009?mode=full.3#.YMwD6mhKjIV>, consultado a 25/09/2020 às 14:10.

Sousa, A. (2009), “Englishes in Madeira? - an empirical perspective on English use”. *Societas Linguistica Europaea International Conference, SLE-42, “Global languages, local languages”, workshop (9-12 setembro) “How global is English in the globalising world?”* (org. Prof. Dziubalska), Lisbon, FLUL (PT), book of abstracts, p. 96, disponível em <https://www.yumpu.com/en/document/read/6812284/book-of-abstracts-the-societas-linguistica-europaea>, consultado a 25/09/2020 às 14:17

Sousa, A. (2017), “Communicating in English in Madeira: Lingua franca / economica? Notes from the field”, 2nd International Conference, “Communication, culture, space, identity”, Stanisław Staszic University of Applied Sciences, Piła (PL), book of abstracts, pp. 26-27, consultado a 25/09/2020 às 14:22.

Sousa, A. (2018), “Voyage and cosmopolitanism: the long relationship between Portuguese and English in Madeira”, *Colóquio Internacional Viagem e cosmopolitismo: da ilha ao mundo* (25-26 de outubro), Centro de Estudos Comparatistas, Universidade da Madeira, Funchal (PT), ISBN:

978-989-8805-39-3, livro de resumos, p. 7, disponível em <https://digituma.uma.pt/handle/10400.13/2351>, consultado a 25/09/2020 às 14:25.

Sousa, A. (2018), *Communicating in Madeira: identity, cosmopolitanism, heritage (evidence from the field)*”, 39th Conference of the Portuguese Association for Anglo-American Studies, Évora, Universidade de Évora, book of abstracts, pp. 44-45, disponível em http://www.apeaa.uevora.pt/wp-content/uploads/2018/04/39th_APEAA_Meeting_Resumos-Abstracts.pdf, consultado a 25/09/2020 às 14: 38.

Sousa, A. & Lourenço, J. (2012), “A retórica dos planos urbanísticos: visões partilhadas e diálogos em continuum”, In R. L. Cavallazzi & M. J. Ayres (Org.), *Construções normativas e códigos da cidade na zona portuária*, Rio de Janeiro: PROURB, pp.13-29, consultado a 20/12/2020 às 17:00, disponível em <https://digituma.uma.pt/handle/10400.13/2303>.

Sousa, A. & Marçalo, M. J. (2018), “O discurso das/nas cidades: reflexões multidisciplinares”, In R. L. Cavallazzi & G. Fauth (Org.), *Cidade standard e novas vulnerabilidades*, Rio de Janeiro: PROURB, pp. 119-131, consultado a 18/06/2021 às 17:11.

Sousa, A. & Paolinelli, L. (2015), “Identidade e cultura: representações do destino Portugal”, *Produtos e competitividade do turismo na lusofonia*, pp.139-153, Editora: Escolar Editora, (Coords.) Carlos Costa, Filipa Brandão, Rui Costa, Zélia Breda consultado a 23/06/2021 às 15:40.

Smith, N. (1982), *Gentrification and uneven development*, *Economic geography*, Vol. 58(2), pp. 139-155, consultado a 20/08/2020 às 17:00.

Tafelska, M. (2015), *Human communication evolution towards a "holographic" sign – research hypothesis, towards the ecology of human communication*, o.u.p Cambridge Scholars Publishing, pp. 213-223, consultado a 12/06/2020 às 11:20.

Themistocleous, C. (2018), “Conflict and unification in the multilingual landscape of a divided city: the case of Nicosia's border”, *Journal of multilingual and multicultural development*, pp.1-21, consultado a 20/12/2019 às 11:54, disponível em https://www.academia.edu/36601793/Conflict_and_unification_in_the_multilingual_landscape_of_a_divided_city_The_case_of_Nicosias_border?email_work_card=view-paper.

Unsworth, L. & Cléirigh, C. (2009), “Multimodality and reading: the construction of meaning through image–text interaction”, *Handbook of multimodal analysis*, C. Jewitt (Ed.), London: Routledge, pp.151-164, consultado a 03/12/2020 às 13:34.

Van Lier, L. (2004), *The ecology and semiotics of language learning: A sociocultural perspective*, *Educational Linguistics*, Vol. 3, Kluwer Academic Publishers, consultado a 19/08/2021 às 19:49, pp.1-239, disponível em https://www.academia.edu/17667205/Leo_van_Lier_The_Ecology_and_Semiotics_of_Language_Book_Fi_org_1.

Vandenbroucke, M. (2018), “Multilingualism, urban change and gentrification in the landscape of a Brussels neighbourhood”, *Multilingua*, pp. 1-30, consultado a 20/08/2020 às 16:05.

Van Dijk, T. A. (1998), *Ideology a multidisciplinary approach*, SAGE Publications Ltd, Londres, consultado a 16/02/2021 às 10:45, disponível em <http://www.discourses.org/OldBooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20Ideology.pdf>.

Van Dijk, Teun A. (2005), *Discurso, notícias e ideologia - Estudos na análise crítica do discurso*, tradução de Zara Pinto-Coelho, Porto: Campo das Letras, disponível em <http://www.cecs.uminho.pt/publicacao/discurso-noticias-e-ideologia-estudos-na-analise-critica-do-discurso/>, consultado a 25/09/2020 às 15:00.

Van Dijk, T. A. (2008), *Discourse and context: a sociocognitive approach*, o.u.p Cambridge University Press: New York, consultado a 7/05/2020 às 11:10, disponível em https://www.academia.edu/7167253/Discourse_and_Context_a_sociocognitive_approach_van_Dijk.

Van Leeuwen, T. (2005), *Introducing social semiotics*, Routledge, pp. 3-5, consultado a 20/08/2020 às 15:15, disponível em https://books.google.pt/books?id=atvhc282w54C&printsec=frontcover&dq=VAN+LEEUEWEN,+T.+Introducing+social+semiotics&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjxvDoxf_qAhUszoUKHeTxCPsQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=VAN%20LEEUEWEN%2C%20T.%20Introducing%20social%20semiotics&f=false.

Vieira, A. (2008), “A história do turismo na Madeira alguns dados para uma breve reflexão”, *Turismo: Revista de la escuela universitaria de turismo Iriarte*, pp. 95-118, consultado a 20/08/2020 às 15:10, disponível em https://www.academia.edu/21207859/A_hist%C3%B3ria_do_turismo_na_Madeira_alguns_dados_para_uma_breve_reflexao.

Vieira, J. & Silvestre, C. (2015), *Introdução à multimodalidade: contribuições da gramática sistêmico-funcional análise de discurso crítica semiótica social*, consultado a 17/08/2020 às 14:39, disponível em https://edisciplinas.usp.br/mod_folder/content.

Villafañe, J. (2006), *Introducción a la teoría de la imagen*, Ediciones Pirámide (Grupo Anaya. S. A.), consultado a 7/05/2020 às 11:30, disponível em <https://panamodelado3d.files.wordpress.com/2012/08/villafac3b1e-justo-introduccion-a-la-teoria-de-la-imagen.pdf>.

Wachendorff, I. (2016), “Social recognition through multilingual typography in public space - global, local and glocal texts in Dortmund Nordstadt”, In Amado, P.; Quelhas, V.; Pereira, J. (Eds.): *6.¼ Encontro de Tipografia: Livro de Atas*, Aveiro: Universidade de Aveiro, pp.1-34, consultado a 17/12/2020 às 09:49, disponível em https://www.academia.edu/29412740/Wachendorff_Irmi_Social_Recognition_through_Multilingual_Typography_in_Public_Space_Global_Local_and_Glocal_Texts_in_Dortmund_Nordstadt_In_Amado_P_Quelhas_V_Pereira_J_Eds_6_Encontro_de_Tipografia_Livro_de_Atass_Aveiro_Universidade_de_Aveiro?email_work_card=view-paper

Wales, K. (2011), *Dictionary of stylistics*, Routledge: London & New York, Francis & Taylor Group, 3ª Edição, consultado a 20/05/2021 às 10:35, disponível em https://www.academia.edu/40183693/A_Dictionary_of_Stylistics.

Wei, L. (2011), “Moment analysis and translanguaging space: discursive construction of identities by multilingual Chinese youth in Britain”, *Journal of pragmatics*, Vol. 43, pp. 1222-1235, consultado a 24/04/2021 às 15:05.

Wei, L. (2017), “Translanguaging as a practical theory of language”, *Applied linguistics*, Oxford University Press, pp.1–23, consultado a 4/05/2020 às 11:00, disponível em https://www.researchgate.net/publication/320960187_Translanguaging_as_a_Practical_Theory_of_Language, DOI:10.1093/applin/amx039.

Wei, L. (2018), “Translanguaging and code-switching: what’s the difference?”, Oxford University Press's Academic Insights for the Thinking World, consultado a 4/05/2020, às 10:00, disponível em <https://blog.oup.com/2018/05/translanguaging-code-switching-difference/>.

Wei, L. & Hua, Z. (2013), “Translanguaging identities and ideologies: creating transnational space through flexible multilingual practices amongst Chinese university students in the UK”, *Applied linguistics*, Vol. 34(5), pp. 516-535, consultado a 19/08/2020 às 16:58, disponível em https://www.researchgate.net/publication/260095064_Translanguaging_identities_Creating_transnational_space_through_flexible_multilingual_practices_amongst_Chinese_university_students_in_the_UK.

Weinreich, U. (1953), *Languages in contact: findings and problems*, The Hague, The Netherlands: Mouton, consultado a 19/08/2020 às 16:41, disponível em <https://www.google.pt/search?q=languages+in+contact+findings+and+problems&source=lnms&tbm=bks&sa=X&ved=2ahUKEwjK0eW9rbqAhWw3OAKHXVIBToQAUoAXoECBcQCQ&biw=2157&bih=1059>.

Wilson, D. & Sperber, D. (2002), *Relevance theory, Handbook of pragmatics* (Eds. L. Horn & G. Ward), Blackwell Publishing, pp. 607-632, consultado a 20/08/2020 às 17:52.

Wodak, R. (2015), “Critical discourse analysis, discourse-historical approach”, *The international encyclopedia of language and social interaction*, pp.1-14, 1ª Edição, Editora: JohnWiley & Sons, Inc, (Coords.) Karen Tracy (Editor Geral), Cornelia Ilie & Todd Sandel (Editores Associados), consultado a 29/07/2021 às 15:23, disponível em https://www.researchgate.net/publication/280621881_Critical_Discourse_Analysis_Discourse-Historical_Approach.

Y., Joanna & García, O. (2018), “Translinguagens: recomendações para educadores”, *Iberoamérica social: revista-red de estudios sociales IX*, pp. 164 – 177, consultado a 19/08/2020 às 16:35, disponível em <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/33560>.

Z., Hong (2016), “Plurilingual posters in a multilingual city: reader positioning and power negotiation”, *Language and intercultural communication*, consultado a 22/05/2021 às 22:22, pp.1-22, disponível em https://www.academia.edu/28954887/Language_and_Intercultural_Communication_Plurilingual_posters_in_a_multilingual_city_reader_positioning_and_power_negotiation?email_work_card=view-paper, DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/14708477.2016.1192184>.