

## Huellas lingüísticas y visuales de la pandemia de 2020: de la calle a la clase de lengua

*Maria do Socorro Farias-Marques<sup>1</sup>  
Miriam Yaneth Rodríguez Chafado<sup>2</sup>*

**Resumen:** Desde el inicio del año 2020, vivimos una crisis sanitaria que ha impactado las esferas de actuación humana. Considerando ese escenario, los discursos cotidianos han vinculado la emergencia del cuidado con nosotros y con el otro, cambiando nuestra forma de actuar en la sociedad. En ese aspecto, el presente trabajo tiene como objetivo central analizar las huellas lingüísticas y visuales, dejadas por la pandemia, a partir de ocho imágenes que vinculan discursos sobre la crisis sanitaria provocada por Covid-19 (Sars-Cov-2). Para tanto, usamos los aportes de Bajtín (1997), Brait (2013, 2014), Sobral; Giacomelli (2020). Metodológicamente seguiremos la propuesta de análisis de lo verbo-visual desarrollada por de Acosta (2014) y de las medidas gubernamentales uruguayas de prevención y contingencia acerca de la pandemia. Como desenlace de este estudio, se pretende arrojar una propuesta didáctica para trabajar en clase de lengua española.

**Palabras clave:** pandemia, huellas lingüísticas y visuales, lengua española

### Introducción

La crisis sanitaria provocada por el nuevo virus (Sars-Cov-2) desde fines del 2019 ha provocado una circulación incontable de géneros del discurso desde la esfera más formal de

---

<sup>1</sup> Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA, Campus Jaguarão, Rio Grande do Sul. Doutora em Linguística. Professora Adjunta do Curso de Letras. E-mail: mariamarques@unipampa.edu.br.

<sup>2</sup> Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis – Santa Catarina. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Linguística. Assistente Administrativa Consular no Consulado Geral do Uruguai em Florianópolis. E-mail: miriamchafado@gmail.com.

un país hasta lo cotidiano, como la calle. En marzo del año 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS)<sup>3</sup>, declara que elevó el estado de la contaminación de la enfermedad causada por el nuevo coronavirus, de epidemia al estatus de pandemia de Covid-19. El mundo, a partir de ese momento, entró en una grave emergencia sanitaria debido a la letal propagación del virus. De hecho, nunca habíamos vivido una pandemia generada por un coronavirus y mucho menos en estas proporciones, teníamos como referencia apenas algunos datos de la pandemia de la gripe española ocurrida entre 1918-1920.

Frente a esa emergencia sanitaria, los diversos medios de comunicación reflejan en sus discursos la situación de salud en que vivimos. En ese contexto, se observa la intensa presencia de carteles en comercios y oficinas relacionados al cuidado que debemos tener entre todos y, más precisamente, al uso de la “primera vacuna” que tenemos en mano: mascarilla y junto a ella el alcohol en gel, como luce en los literales e) y f) de la Ordenanza del Ministerio de salud pública del Uruguay<sup>4</sup>, a saber:

- e) *Contar con insumos para higiene personal, incluyendo alcohol en gel.*
- f) *Uso obligatorio de mascarilla facial común en las oportunidades de contacto a menos de dos metros de distancia con otras personas en el territorio nacional.*

En ese aspecto, en el primer trimestre de 2020, cuando fue anunciada oficialmente la llegada del virus a América Latina, se implementaron medidas preventivas de acuerdo con las instrucciones de la OMS. Entre las medidas puestas en práctica se destacan el aislamiento y distanciamiento social, el lavado constante de las manos, la utilización de alcohol en gel, el quedarse en casa - si ello fuera posible - y el uso de tapabocas.

Debido a tantas medidas adoptadas y delante de la incerteza que el momento generó, el uso del barbijo se volvió un aliado fundamental en esta batalla colectiva. La cuestión clave que se distingue a raíz de esa nueva realidad, es el rescate de una nueva mirada al lenguaje en

---

<sup>3</sup> La Organización Mundial de la Salud (OMS) declara en la fecha de 11/03/2020, que elevó el estado de contaminación al de pandemia de Covid-19, enfermedad causada por el nuevo coronavirus (Sars-Cov-2). Disponible en: <<https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19-11-march-2020>>. Accedido el 11 de marzo del 2020.

<sup>4</sup> Ordenanza del Ministerio de Salud Pública del Uruguay, publicada el 06 de julio del 2020, ante la crisis de emergencia sanitaria como medidas de contingencia para la propagación del virus. Disponible en: <<https://www.gub.uy/ministerio-salud-publica/institucional/normativa/ordenanza-n-649020-condiciones-ingreso-pais>> Accedido el 04 de julio de 2020.

uso, constituido por los nuevos términos incorporados al vocabulario, como son, por ejemplo, el “distanciamiento social”, el “aislamiento”, el trabajo en “home office”, “remoto” o “teletrabajo”, el “nuevo normal”, las “reuniones en línea” y tantos otros que han ganado protagonismo en nuestro vocabulario.

Teniendo en cuenta esa configuración lingüística que nos rodea y el intento de agrupar formatos de la lengua en uso en el contexto de pandemia, hemos encontrado avisos y carteles indicativos en las distintas instituciones y centros comerciales locales. A la luz de eso, nuestro objetivo es analizar huellas lingüísticas y visuales, dejadas por la pandemia, a partir de ocho imágenes (fotografías) recolectadas que vinculan discursos sobre la crisis sanitaria provocada por Covid-19 (Sars-Cov-2). A sus efectos, nos filiamos a la vertiente del Análisis Dialógico del Discurso, de la combinación verbo-visual en ocho carteles que circularon en la zona comercial de dos ciudades uruguayas, fronterizas con Brasil, hasta llegar a una propuesta de análisis, y de ahí, arrojar una propuesta didáctica para trabajar en clase de lengua española. Para tanto, usamos los aportes de Bajtín (1992, 1997), Brait (2013, 2014), Sobral; Giacomelli (2020). Metodológicamente seguiremos la propuesta de análisis de lo verbo-visual desarrollada por de Acosta (2014).

El presente artículo parte de la contextualización para situar las dos ciudades uruguayas fronterizas dónde circulan los carteles seleccionados; en un segundo momento, la parte teórica, y en un tercer momento el análisis seguido de una sugerencia de propuesta para trabajar los carteles, considerando lo verbo-visual, en clase de lengua española.

## **El ir y venir**

Primeramente, para situarnos geográficamente, nos referimos en esta investigación a dos regiones fronterizas, en la primera son limítrofes las ciudades de Yaguarón, localizada en el Estado de Río Grande del Sur – República Federativa del Brasil y de Río Branco,

localizada en el Departamento de Cerro Largo – República Oriental del Uruguay. La segunda frontera que servirá a este trabajo se conforma por Artigas, ciudad uruguaya, situada en el Departamento de Artigas y hace frontera con Quaraí, ciudad brasilera, localizada en el oeste del Estado Rio Grande del Sur, tal como se puede apreciar en el mapa que sigue. Artigas al norte y Río Branco al noreste de Uruguay.

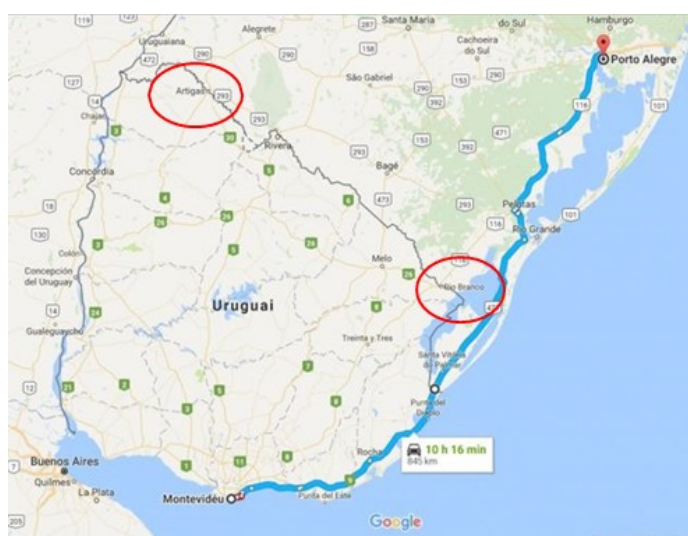


Figura 1: Localización geográfica de las ciudades fronterizas

Es dable aportar que nos referimos a fronteras pacíficas las que trataremos aquí, donde sus poblaciones se funden, viven y se desplazan con tranquilidad en su tránsito diario del ir y venir de un país al otro, considerando lo dispuesto en el tratado de Asunción, entre los países miembros del Mercado Común del Sur – MERCOSUR<sup>5</sup>, en lo que prima a la libre circulación de personas entre estados parte.

En ese tráfico cotidiano es importante destacar que las autoridades migratorias no solicitan documentación en la travesía a través de los puentes que unen a ambas naciones, sí lo realizan en los puestos destinados para ese fin, instalados en las afueras de ambas ciudades,

<sup>5</sup> Mercado Común del Sur - MERCOSUR, resultante de la unión de estados parte, firman en 1991, el Tratado de Asunción. Disponible en: <[https://www.parlamentomercosur.org/innovaportal/file/15511/1/tratado\\_de\\_asuncion.pdf](https://www.parlamentomercosur.org/innovaportal/file/15511/1/tratado_de_asuncion.pdf)> Accedido el 02 de setiembre del 2020.

a saber: en la Dirección Nacional de Migración<sup>6</sup> y en la Policía Federal<sup>7</sup>. Por esa razón los ciudadanos fronterizos que allí habitan se desplazan de un país al otro como si fuera una tierra sola. Las dos ciudades uruguayas a las que se hace referencia, por más que pertenezcan a departamentos diferentes, se hermanan, o sea, se ligan a ciudades brasileñas. El Puente Internacional *Barão de Mauá* une Río Branco a Yaguarón (RS), y a su vez, el puente Internacional de la Concordia, une Artigas a Quaraí (RS).

Aferrándonos a las informaciones antes mencionadas, aspiramos en este trabajo a perpetrar una conexión con nuestra área de estudios, considerando la configuración que se dibuja en este periodo de emergencia sanitaria para aquellos ciudadanos que transitan por las fronteras mencionadas. Se hace interesante agregar que centenas de habitantes de ambas ciudades viven este panorama urbano diariamente. Para exponer claramente el modo por el cual se procede, explicaremos a continuación: si se trata de un ciudadano uruguayo que hace la travesía del puente *Mauá* o del puente de la Concordia para cruzar a las fronteras Yaguarón y Quaraí, respectivamente. Allí en las Aduanas brasileras se encontraban hasta fines de febrero de 2021 las autoridades de ese país realizando los controles de ingreso, el cual es permitido apenas a los ciudadanos fronterizos. De la misma forma, al momento del abordaje, se le solicitaba al uruguayo un documento de identificación y un comprobante de residencia.

Del mismo modo, cuando un ciudadano brasilerero se dirige hacia Río Branco y a Artigas, en la Aduana uruguayana, se le toma la temperatura y deberá presentar el documento que compruebe su condición de fronterizo, haciendo valer los Decretos (23 de marzo de 2020) y *Portarias* (01/20 del 14 de junio del 2020) vigentes que disponen acerca del tránsito vecinal fronterizo.

---

<sup>6</sup> La Dirección Nacional de Migración es la Dirección dependiente del Ministerio del Interior, es responsable de poner en ejecución las disposiciones vigentes sobre migración. Sus principales atribuciones están contenidas en la ley 18250 de 6 de enero de 2008 sin perjuicio de las que resultan de otras normas dispersas en diversas leyes y decretos. Disponible en: <<https://migracion.minterior.gub.uy/>>. Accedido el 10 de setiembre del 2020.

<sup>7</sup> Policía federal (PF) o Departamento de Policía Federal (DPF) es una Institución policial brasilerña, subordinada al Ministerio de la Justicia y Seguridad Pública que ejerce con exclusividad las funciones de policía judicial de la Unión, actuando además en seguridad pública para la preservación del orden público. Disponible en: <<https://www.gov.br/pf/pt-br/assuntos/imigracao>>. Accedido el 24 de noviembre del 2020.

En lo que se refiere a los extranjeros, solamente podrán ingresar a Uruguay aquellos que posean documentación de residentes en el país o que estén contemplados en las excepciones de ingresos dispuestas en los mencionados Decretos, a saber: 093/2020, 104/2020 y 195/2020, ya sea por motivos laborales, empresariales, comerciales, corredor humanitario, reunificación familiar, etc. y podrán realizar el trámite en línea a partir de una plataforma específica proporcionada por la Dirección Nacional de Migración (a partir del 15 de octubre, antes de esa fecha gran parte de las solicitudes eran canalizadas por las oficinas consulares en el exterior), donde podrán subir los documentos que comprueben la excepcionalidad del ingreso, para que se les pueda o no, proporcionar una autorización. Una vez obtenida, deberán cumplir con los protocolos sanitarios.

Luego de este pantallazo general del escenario fronterizo, nuestro lector se debe estar preguntando ¿Y lo qué de todo eso llega a las clases de lengua española? Como profesoras de dicha lengua, estamos todo el tiempo de ojos abiertos e involucradas con los discursos que circulan en nuestras ciudades fronterizas. Entonces, nuestra búsqueda por materiales auténticos no se hizo de menos en la pandemia, pues fueron los carteles que nos permitieron observar las huellas lingüísticas y visuales que pueden ser trabajadas en clase, sumada a los aspectos contextuales, en fin, el uso real de la lengua en situaciones comunicativas puntuales.

En ese aspecto, señalamos que, en el periodo de marzo a noviembre del 2020, observamos, registramos y recolectamos materiales para la realización de este estudio, centralizándose el mismo en las ciudades de Río Branco y Artigas. A continuación, proporcionaremos parte del material recogido y un oportuno análisis.

### **¿Dónde? ¿Para quién? ¿Cómo?**

Para lograr el desarrollo del trabajo, tomamos como base teórica el Análisis Dialógico del Discurso (ADD) vinculado a Bajtín y el Círculo. Es importante aclarar que no

es nuestra pretensión trazar un panorama exhaustivo de dicha teoría, sino movilizar algunos puntos que destacamos como importantes para llegar a nuestro objetivo.

Los estudios sobre lenguaje desarrollados por Bajtín y el Círculo nos direccionan para un análisis dialógico del discurso basado en la relación orgánica entre lengua, lenguajes, historia y sujetos. De esa forma, la concepción de lenguaje, producción y recepción de sentidos en los enunciados y géneros diversos está firmada en las relaciones dialógicas entre sujetos históricamente situados. En ese sentido, para Bajtín,

As relações dialógicas são extralinguísticas. Ao mesmo tempo, porém, não podem ser separadas do campo do discurso, ou seja, da língua como fenômeno integral concreto. A linguagem só vive na comunicação dialógica que constitui o verdadeiro campo da vida da linguagem. Toda vida da linguagem seja qual for o seu campo de emprego (a linguagem cotidiana, a prática, a científica, a artística etc.) está impregnada de relações dialógicas. (BAJTÍN, 1992, p.183)

Es del lenguaje en uso que nacen los modos de interacción específicos concretizados por enunciados orales o escritos, definidos por el teórico como “tipos relativamente estables de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso” (BAJTÍN, 1992, p. 279).

Grillo (2014) agrega que la organización del discurso sea oral o escrito, ocurre según nuestra intención comunicativa en dada “esfera de comunicación discursiva (o de creatividad ideológica, o de actividad humana, o de comunicación social, o de utilización de la lengua o, simplemente de ideología)” (GRILLO, 2014, p. 133). De ahí, considerando la designación dada por esa autora, cada esfera, es decir, cada espacio social construye relaciones entre sujetos por medio de géneros discursivos que cumplen con un objetivo comunicativo. Sobre ese punto de vista, los referidos géneros corresponden a situaciones típicas de comunicación y mantienen de forma indisoluble el contenido temático, la forma composicional y el estilo. Elementos que están interconectados a la direccionalidad, a la interacción y a la forma arquitectónica de los géneros.

Según Sobral y Giacomelli (2020, p.23), para comprender los géneros se consideran

Las situaciones enunciativas (tiempo, espacio y ambiente) presentes en las prácticas sociales (formas de organizar las relaciones e interacciones humanas) según las esferas de actividad (los campos de actividad: escolar, mediático, etc.) dónde hay la producción, circulación y recepción de discursos, configurados enunciativamente en géneros.

Entonces, la clave está en dónde los géneros circulan, quienes son los interlocutores, en especial, el destinatario, o sea, para quién ese discurso está enderezado y qué aspectos textuales/ lingüísticos serán puestos en movimiento para lograr lo esperado por los productores. Sobral y Giacomelli (2020, p.22) se refieren a los géneros como “dispositivos enunciativos de las prácticas sociales”, o sea, no son solamente forma o contenido, o contexto y lengua en uso. Son, a su vez, “forma y contenido, texto y contexto, sistema y uso, y organizan las interacciones”. Sumado a eso, otra clave importante está en el destinatario, el enderezado ¿A quién me dirijo con mi discurso? ¿Cómo lo organizo? ¿Qué objetivo quiero alcanzar? ¿Qué efectos quiero producir? ¿Cómo mi destinatario/receptor reacciona al leer o escuchar lo que digo? De ese modo, coincidimos con Sobral y Giacomelli (2020, p. 23) cuando afirman que “el centro de todo es el enderezamiento”. Aún nos conducen a entender que

El enderezamiento es el índice más claro de las expectativas del locutor, de su proyecto enunciativo y de la forma arquitectónica empleada, frente a su interlocutor. El proyecto enunciativo es proyecto de decir, voluntad enunciativa, lo que el locutor quiere que el interlocutor comprenda y haga. La forma arquitectónica recubre la manera como los recursos formales de la lengua son transformados en componentes del discurso según ese proyecto. (SOBRAL; GIACOMELLI, 2020, p.23)

De esa forma, el análisis parte de lo social, de las interacciones puestas en marcha hasta lo lingüístico y, por lo tanto, la unidad de análisis es el enunciado y sus formas relativamente estables – los géneros del discurso.

Los carteles seleccionados para este estudio se configuran como géneros del discurso porque circulan en determinada esfera social, cumplen con su objetivo comunicativo y poseen una estructura relativamente estable. Podemos observar en la selección que la mayoría presenta en su composición la parte visual que nos permite



observar el proyecto discursivo a partir de la articulación de dos dimensiones: la verbal y la visual. Los estudios de la ADD nos permiten considerar no solo lo escrito, hablado, pero también se disuaden para la expresión *signica* como parte integrante de los enunciados y, de esa manera, el entrelazar entre lo verbal y lo visual constituye el constructo enunciativo y sus efectos de sentido. En *Problemas da poética em Dostoiévski*, Bajtín (2002, p.184) afirma que “numa abordagem ampla das relações dialógicas, estas são possíveis também entre outros fenômenos conscientizados desde que estes estejam expressos numa matéria *signica*. Por exemplo, as relações dialógicas são possíveis entre imagens de outras artes.”

En ese sentido, Brait (2013) defiende que las dos dimensiones (verbal y visual) tienen un papel sumamente importante en la constitución de sentidos y por lo tanto no pueden ser separadas “sob pena de amputarmos uma parte do plano de expressão e, conseqüentemente, a compreensão das formas de produção de sentido desse enunciado, uma vez que ele se dá a ver/ler, simultaneamente (BRAIT, 2013, p. 44).

Sobre eso, la estudiosa agrega que

a articulação verbo-visual, tecida na instância de produção, funciona, deliberadamente, como projeto de construção de sentidos, de efeitos de sentido, quer lógicos, ideológicos, emocionais, estéticos ou de outra natureza, entretecidos por um diálogo face a face em que alteridades, ao se defrontarem, convocam memórias de sujeitos e de objetos, promovendo novas identidades. (2013, p. 43)

En consonancia a los aportes de Bajtín y de Brait los estudios de Acosta (2014) sugieren una propuesta de análisis de géneros a partir de dos dimensiones: (1) la social y (2) la verbo-visual. Acerca de la primera, según lo que defiende ese autor, se pueden explorar cuestiones en relación a la “situação ampla dos enunciados, assim como a situação imediata, procurando compreender, dentre outras questões, aspectos em torno da autoria e do projeto discursivo do sujeito-autor, do interlocutor e seu papel na construção do enunciado” (ACOSTA, 2014, s/p). Además, nos llama la atención hacia la relación tiempo-espacio, la esfera de producción, recepción (enderezado) y circulación del género trabajado.

Sobre la dimensión verbal y visual, Acosta (2014) propone algunos puntos que pueden ser investigados, tales como: el contenido temático, así como la composición y el

estilo del género; las estrategias textuales y lingüísticas movilizadas, y, por fin, los aspectos visuales que, de cierta forma, tienen su objetivo ya sea con la elección de colores, figuras, formatos o la disposición de las letras, etc. De forma visual nos ofrece una organización que la compartimos a continuación, desarrollada por Rodrigues (2001;2005) y Acosta (2008; 2012).

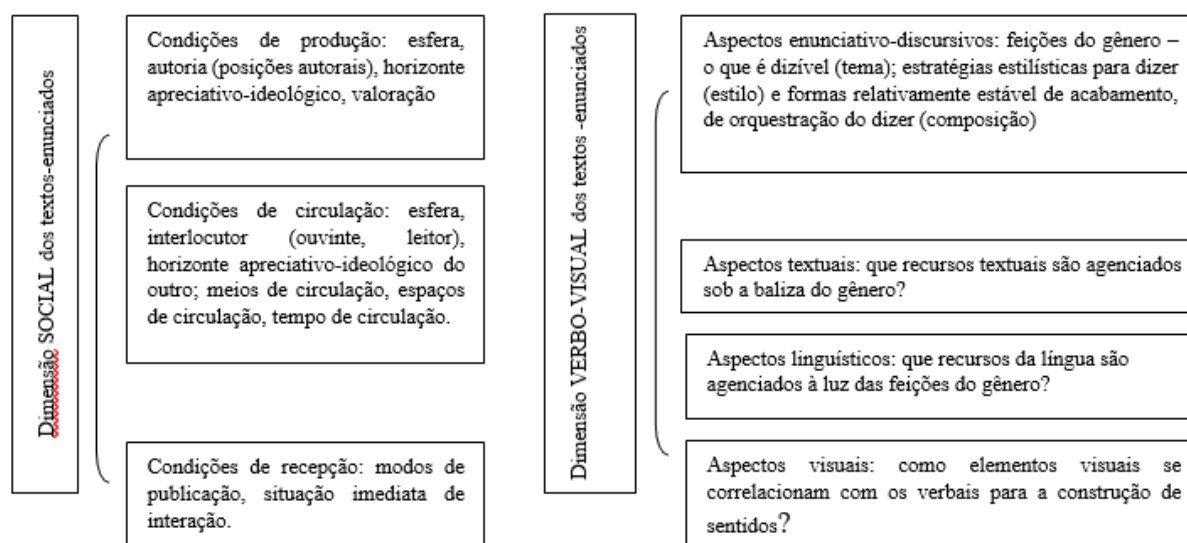


Figura 02: Organización realizada por Rodrigues (2001;2005); Acosta (2008; 2012).

Tomaremos como guía metodológico los aportes aquí diseñados para lanzar un posible análisis a partir de los carteles que circulan por el centro comercial de las dos ciudades uruguayas citadas anteriormente, Río Branco y Artigas. Prosiguiendo en ese eje conductor, cabe señalar que la referida materia prima de análisis aquí recogida fue cosechada en el contexto de pandemia que vivimos. A eso se dedica la próxima sección.

## **#noscuidamosentretodos**

Según la Ley N° 9515 es obligatorio el uso de tapabocas en locales comerciales e instituciones públicas y privadas por empleados, encargados, dueños y clientes, además de exhibirse carteles aclaratorios a la entrada de los establecimientos.

Entre los *claims* que circulan por el mundo en los más diversos medios y géneros del discurso, el “nos cuidamos entre todos” está presente tanto a nivel institucional y nacional en Uruguay, con la finalidad de exhortar a la sociedad a cuidarse ante la pandemia de coronavirus. Con esa misma finalidad instituciones privadas, públicas, empresariales y comerciales, con el afán de adaptarse al nuevo contexto de pandemia, se han adecuado a las disposiciones vigentes para lograr recibir de forma segura a su público.

Para dar cumplimiento a las instrucciones, fueron creados diversos materiales verbo- visuales de prevención y orientación que se deben seguir para acceder a los locales como los ejemplos que siguen. A modo de organización, en un primer momento, lanzamos una posibilidad de análisis de esos materiales contemplando las dimensiones social y verbo-visual Rodríguez (2001;2005) y Acosta (2008; 2012) y en la continuidad a una propuesta didáctica para clases de lengua española.

Los carteles fueron agrupados en dos bloques (1) carteles que se componen con la parte visual y verbal y (2) carteles solamente con la parte verbal. Sobre la dimensión social, se percibe que los carteles de ambos bloques, todos circulan en la esfera comercial en un tiempo histórico-situado (pandemia). Están fijados a la entrada de los establecimientos y se destinan a un público específico, o sea, a las personas que frecuentan esos locales. Por medio del texto-enunciado del género discursivo cartel, los establecimientos esperan una respuesta concreta de su interlocutor – usar tapabocas, alcohol en gel y mantener distancia establecida para la seguridad si se desea ingresar al local, certificando, de esa forma, que “el proyecto enunciativo es proyecto de decir, voluntad enunciativa, lo que el locutor quiere que el interlocutor comprenda y haga” (SOBRAL; GIACOMELLI, 2020, p.23).

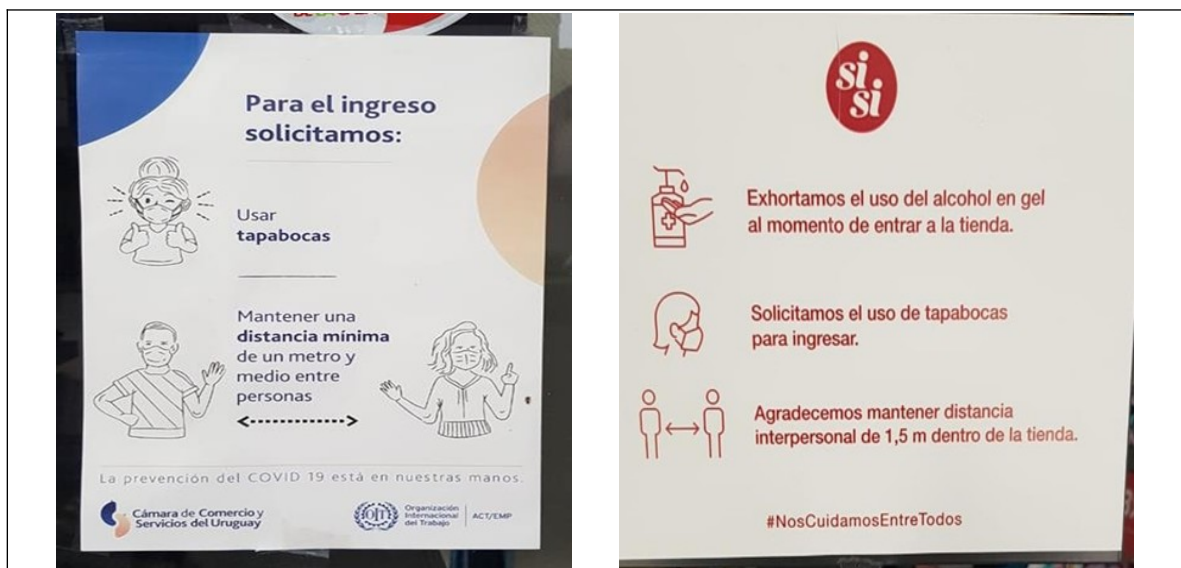


Foto 1

Foto 2



Foto 3

Foto 4



Foto 5

Foto 6

Componen el primer bloque seis carteles expuestos en comercios y oficinas que están localizados en las zonas comerciales de las dos ciudades ya citadas. Comenzamos contextualizando los locales y procedimiento de capturas. La primera foto es de un cartel expuesto en la Cámara de Comercio y Servicio del Uruguay. Según su página web, esta institución atiende al sector empresarial y comercial a nivel privado de micro y pequeñas empresas y “se encarga de atender y difundir lo que los empresarios piensan, sus inquietudes, necesidades y puntos de vista” desde 1867.

Ya la segunda imagen está exhibida en la entrada de una de las tiendas *Si Si*, cadena uruguaya dedicada a la venta de artículos de vestimenta y ropa interior. Mientras tanto, la tercera foto corresponde a un cartel fijado en el Shopping Río Branco y el cuarto registro fotográfico equivale a un cartel ubicado en la entrada del Banco de Previsión Social (BPS). De acuerdo con su página web, la oficina tiene como Misión “brindar servicios para asegurar la cobertura de las contingencias sociales a la comunidad en su conjunto y la recaudación de los recursos, en forma eficaz, eficiente y equitativa, promoviendo iniciativas en materia de seguridad social”. La quinta imagen se encuentra fijada en la puerta de entrada de una Rotisería. Por último, la sexta foto está ubicada en un *free shop* de la zona comercial de Río Branco.

A título de información y en la intención de situar al lector referente al procedimiento adoptado para la captura de las fotografías, con base en ese propósito, se procedió a registrar cada cartel que llamaba nuestra atención - durante el periodo de recolección de nuestra materia prima - a partir de la cámara de fotos de nuestros teléfonos celulares.

Desde otro vértice, sobre la dimensión verbo-visual, se pueden observar tres puntos: los colores usados, las imágenes y los aspectos lingüísticos. En ese sentido, se percibe, en la foto 1, a nivel visual el uso de los colores que hacen referencia al logo de la Cámara y también se nota cierto destaque para la disposición de los diseños y para los “gestos” como forma de interactuar de forma positiva con su público. Además, se da énfasis a las manos de los “personajes”, acción que fortalece el diálogo entre los interlocutores con la campaña de la Cámara y Comercio: “La prevención del COVID 19 está en nuestras manos”. Asimismo, en la foto 2, se observa una campaña usando los colores rojo y blanco, que remiten a la identidad visual de la tienda. Se utiliza también su logo.

Igualmente, se puede lanzar otra lectura si relacionamos la elección del color rojo que nos conduce a la idea de advertencia, cuidado, *stop*, sumado a eso vemos la cruz que consigna a la esfera de salud y la presencia de imágenes que remiten a placas de señalización, a diferencia del primer cartel, que acompañan las tres actitudes que su público debe tener al ingresar a las tiendas *Si Si*.

En la foto 3, del mismo modo se percibe que los colores y la presencia del logo se atribuyen a la identidad visual del local – Shopping Río Branco. En distinción de los anteriores, se nota en las imágenes la representación de la familia, acercándose al público que visita ese tipo de establecimiento, pues “Shopping” revela por su composición comercial, un tiempo y un espacio de distracción y diversión apropiado para ser disfrutado con la familia. Por otro lado, fortalece el cuidado que los niños deben tener en cuenta y las prácticas de prevención que deben ser mantenidas por todos en el interior de ese local.

Con esa conformación, si en el cartel 3 se observa una familia, en la foto 4 se distinguen otros recursos visuales que agregan nuevas informaciones, tales como la

diversidad de público, pues el BPS atiende a trabajadores, empresarios, jubilados y pensionistas.

Al respecto de las fotos 5 y 6, se trata de carteles que ya son programados de antemano, su elaboración se realiza en gran escala de producción para poder ser distribuidos a distintos establecimientos, ya sean comercios, empresas, industrias, etc. Estos no traen en su nivel visual una relación directa con el local comercial como los anteriores, generalmente, los colores presentes son blanco y negro, más genéricos que se pueden adaptar fácilmente a cualquier rubro. En este caso puntual de donde se extrajo el registro fotográfico de la imagen 5 se trata de una rotisería y la imagen 6 corresponde a la zona comercial de free shop, en la ciudad de Río Branco, donde se denota la presencia de las dos lenguas – española y portuguesa - para llegar de esa forma al turista y consumidor brasileño.

Por último, encontramos un ejemplo ubicado en la misma zona comercial de free shop, donde se configura la presencia de ambas lenguas, debido a: a) la lengua española donde figura “tapabocas” y “tapa bocas”, por ser la lengua madre y a su vez la de trabajo de la gran mayoría de los funcionarios de esos locales, y probablemente, se supone, sean los autores de la elaboración de los afiches. b) la lengua portuguesa donde consta “Não é permitido entrar sem máscara”, por el hecho de destinarse al entendimiento de los turistas y consumidores brasileiros, que son los receptores del mensaje que se intenta transmitir.

Se percibe en estos carteles que la parte visual participa juntamente con la parte verbal de la construcción del enunciado. Según Brait (2014, p. 121), “a dimensão verbal está diretamente vinculada, articulada ao visual, ao corporal, e conseqüentemente, a discursos, sentidos e efeitos de sentido colocados em circulação”. Agrega aún que “do ponto de vista discursivo, o verbal associa-se a uma visibilidade que inclui o enunciador e o espaço em que se encontra, exhibe enunciados, assinaturas e discursos, tecidos e assumidos por vozes” (BRAIT, 2014, p.130) que movilizan pedidos de prevención en un contexto asolador.

A diferencia del primer bloque, el segundo se constituye por dos ilustraciones que no traen imágenes visuales en diálogo con lo verbal. Entre tantos carteles, banners y

folletos que circulan por las calles, comercios y oficinas de las dos ciudades uruguayas, también encontramos aquellos “hechos a mano” como los ejemplos que siguen.



Foto 7

Foto 8

El primer ejemplo del presente bloque estaba en la entrada de un almacén en la calle principal de la ciudad de Río Branco y el segundo en un pizarrón en la vereda de una tienda en la calle principal de la ciudad de Artigas. Estos dos ejemplos también se distinguen por la forma de dirigirse a su público al usar: “señor cliente” y “clientes”, ya adelantan la aproximación con sus interlocutores como personas ya conocidas que compran o utilizan los servicios ofrecidos en esos locales comerciales. Prontamente se identifica la preocupación al involucrarlos y hacerlos partícipes con el cuidado de todos y que esa responsabilidad se hace posible entre todos, o sea en el colectivo de la sociedad se podrá salir de esta situación (la pandemia) al escribir: “con el fin de cuidarnos entre todos”; “por el bien de todos”.

Sobre el aspecto lingüístico se pudo observar en los tres primeros carteles la preferencia de los verbos: solicitar, exhortar, rogar, obligar, agradecer. La mayoría está conjugada en la primera persona del plural, como forma de involucrar discursivamente



tanto a la empresa y sus miembros como al público consumidor de sus servicios. La elección de esos verbos tiene su motivación que es la de llevar a las personas a una acción, o sea, a hacer algo. En una escala valorativa, podemos ordenarlos a partir del verbo “exhortar” que tiene su carga semántica más fuerte al incitar a alguien que haga algo; el uso del verbo “obligar” tiene el objetivo de comprometer al otro a hacer algo; el verbo “solicitar” nos muestra un pedido con la pretensión de obtener una respuesta y acción positivas por parte de sus interlocutores; ya los verbos “rogar” y “agradecer” están en una escala valorativa más cortés que fusiona un pedido con agradecimiento, quiere decir, ya agradece de antemano.

En esa misma dirección, se observa en los carteles 7 y 8 el uso de posesivo y del verbo “sugerir” aconsejando a su interlocutor a hacer algo, se suman a eso las expresiones “por favor” y “muchas gracias” aportando un tono de cortesía y de agradecimiento por seguir las medidas de precaución, en este caso el uso de tapabocas.

Por ende, en el cartel 4 perteneciente al BPS, se percibe que la necesidad del uso del tapabocas para poder ingresar al local se construye a partir de una perífrasis modal de infinitivo (deber+ usar). Otra construcción diferente de las demás aparece en el cartel 5 en que la fuerza valorativa del modo imperativo “mantén la distancia”, en un tono de orden: “hazlo!” es atenuada por “siempre que sea posible”.

Se hace interesante notar la expresión empleada “no se permite”, observada en los demás carteles con un tono valorativo de no dar permiso a alguien para entrar sin el uso del barbijo/ tapabocas. A nivel de léxico, es atrayente destacar que “la primera vacuna”, como lo hemos denominado anteriormente, aparece de diversas formas: tapabocas, barbijo, mascarilla y máscara.

Con todo, se observaron que con las diferentes estrategias enunciativas-discursivas, la diversidad lexical, la referencia constante al uso de alcohol en gel y la necesidad de mantener la distancia aconsejada, establece un diálogo con el público del cual se espera una actitud responsiva y responsable. Asimismo, apuntan para la predominancia del tono agregador que en su conjunto (a nivel social, visual y verbal) busca involucrar a todos en el combate al coronavirus. La lucha es colectiva y la prevención no tendrá fuerzas

sin la colaboración de todos. En ese sentido, Brait (2014, p. 114-115) argumenta que “essa forma de dizer desenha, portanto, um sujeito, uma interação e, necessariamente, o interlocutor a quem esse sujeito se dirige e com quem interage pela força da forma como o enunciado é construído”.

En diálogo con la ADD, se percibe que la esfera de actividad humana, en este caso, la comercial, valora el uso de los avisos en carteles como puentes de interlocuciones con su público específico en una dada situación cotidiana, con fines comunicativos determinados. En las palabras de Brait (2014, p. 119), “é preciso considerar as esferas de produção, circulação e recepção das manifestações como formas que dão vida, conferem existência e imortalizam” y por los enunciados que figuran en esos carteles “instaura uma comunicação ou, mais precisamente, uma interação pública”.

Tuvimos hasta este momento la pretensión de analizar discursos cotidianos que circulan en la esfera comercial (tiendas y oficinas), acerca de la crisis sanitaria ocasionada por la diseminación del Covid-19. En ese sentido, también hemos pausado la atención en las diferentes denominaciones atribuidas al término “tapabocas” precisamente en las fronteras investigadas, como son: barbijo, tapa bocas (escrito separado), tapabocas (escrito junto) mascarilla.

A partir de eso y para fines didácticos, (1) seleccionamos los carteles respetando la autenticidad del material conservando su presentación original; (2) lanzamos una posibilidad de análisis de esos materiales contemplando la dimensión verbo-visual, y en una visión general, la dimensión social.

En relación con la propuesta didáctica a ser implementada en clase de lenguas, queda a criterio del docente según su intención y las demandas que requiera el grupo de alumnos. En un primer momento, (1) se sugerirán cuestiones relacionadas al contexto mundial sobre la pandemia y a partir de ese punto, se indagará a los alumnos acerca de los discursos que circulan en la sociedad sobre la temática específica. Hecho eso, se podrán lanzar provocaciones relacionadas a identificar cuáles son los discursos (el mensaje a ser transmitido) que están fijados en las calles y en las esferas cotidianas de la percepción de cada

estudiante; (2) Se podrá desvendar además con la clase, algún otro género aún no enfocado en este prematuro trabajo, por ejemplo: cabe la posibilidad de trabajar con diferentes imágenes, avisos, carteles, afiches, impresos o virtuales, encontrados en un diario de circulación local, en las redes sociales y en otras tantas fuentes de recursos.

Para un segundo momento de la actividad, se comparte el siguiente recuadro en el cual se ilustra la elaboración de algunas preguntas como guía, a título de sugerencia, para trabajar con los distintos instrumentos comunicativos.

<b>¿Sobre qué trata el cartel X o los carteles XX?</b>
<b>¿Qué pretenden los locutores? ¿Qué efectos pretenden causar? (divulgar, ordenar, invitar, etc.)</b>
<b>¿Cómo se dirigen a los destinatarios/interlocutores? ¿Cómo lo hacen?</b>
<b>¿Cuál es el proyecto enunciativo del autor/locutor?</b>
<b>¿Qué recursos textuales y lingüísticos utilizan para cumplir su objetivo comunicativo?</b>
<b>Para la construcción del sentido, ¿los elementos visuales se relacionan con los aspectos verbales?</b>
<b>¿Cuáles son las posiciones ideológicas y valorativas que son marcadas?</b>
<b>¿Hay relaciones con otros enunciados ya conocidos?</b>
<b>¿De qué otras formas podrían ser escritos?</b>
<b>¿Cómo los elementos visuales se relacionan con los verbales para la construcción de sentido de lo dicho?</b>

En un tercer momento, se podrá proponer un análisis de la dimensión verbo-visual y trabajar el tono y la valoración de los verbos, es decir, de las expresiones como se intentó realizar en el análisis llevadas a cabo en este artículo. Las etapas antes mencionadas pueden ser consideradas a su vez, como una actividad de lectura a partir de una mirada más detallada para ambas dimensiones, sí se entiende que leer también es responder al discurso del otro. Con ello, abarca la posibilidad de proponer una producción escrita u oral de carteles o de otros géneros que giren en torno a la pandemia para que los alumnos se asuman como autores y

consideren: ¿Lo qué quiero decir? ¿Para quién? ¿De qué forma lo hago? De forma que el enderezamiento viabilice una actitud responsiva y sean eficaces para que la producción escrita ocupe un lugar social y cumpla su objetivo comunicativo.

## **Aportes Finales**

A partir de las secciones anteriores, entendemos que los carteles tomados como la materia prima en este trabajo para diseñar una posibilidad de análisis y una propuesta de actividades de lengua, que será aplicada a la brevedad posible, nos permitió observar las huellas lingüísticas y visuales dejadas por la pandemia desde el 2020. Es importante destacar que estos al dialogar con otros discursos sirven como puente enunciativo que entrelaza los Decretos, Portarías y documentos oficiales – como fue mostrado en las páginas iniciales- con los sujetos en la sociedad. La circulación de los carteles produce sentido apelativo a la prevención, al cuidado y, sin dudas, son un retrato del cotidiano, de las calles de las ciudades tomadas para este trabajo. Los carteles también exponen un lazo entre lo verbal con lo visual, así como con el contexto histórico y social en el que se vive mundialmente: la pandemia. Sobre el análisis y la propuesta didáctica, el objetivo fue compartir con los lectores apenas escenarios posibles que, a nuestros ojos, se concretizaron en este espacio.

Por fin, teniendo como base los citados lineamientos, nos insertamos en el medio fronterizo no solo para trabajar encima de la lengua en uso, pero más allá de eso, para dejar como resultado de nuestro trabajo un *souvenir* para todos aquellos que se interesen por la temática aquí tímida y prematuramente desarrollada. Para cerrar el aporte, se hace pertinente destacar que, para las autoras del presente artículo, es un deleite poder estudiar estos bastos rasgos lingüísticos que florecen en estas fronteras bilaterales que nos vieron nacer, y hoy en día, usufructuar de tanta riqueza simbólicamente traducida en materiales volcados a la enseñanza de lenguas.

**Resumo:** Desde o início do ano de 2020, vivemos uma crise sanitária que está impactando as esferas de atuação humana. Considerando esse cenário, os discursos cotidianos têm vinculado a emergência do cuidado conosco e com o outro, mudando a nossa forma de agir na sociedade. Nesse aspecto, o presente trabalho tem como objetivo central analisar as marcas linguísticas e visuais, deixadas pela pandemia, a partir de oito imagens que vinculam discursos sobre a crise sanitária provocada pelo Covid-19 (Sars- Cov-2). Para tanto, tomamos como base teórica Bakhtin (1997), Brait (2013, 2014), Sobral; Giacomelli (2020). Metodologicamente seguiremos a proposta de análise verbo-visual de Acosta (2014) e das medidas governamentais uruguaias de prevenção e contingência em relação à pandemia. Como desfecho deste estudo se pretende lançar uma proposta didática para trabalhar em aula de língua espanhola.

**Palavras-chave:** pandemia, marcas linguísticas e visuais, língua espanhola.

## Referências Bibliográficas

ACOSTA-PEREIRA, R. **A análise de textos-enunciados como atividade precedente à elaboração didática.** Revista Interseções (Jundiaí), v.07, 2014.

BAJTÍN, M. **Estética da criação verbal.** São Paulo: Martins Fontes. Tradução do francês por Maria Ermantina Galvão g. pereira, 1997[1979].

\_\_\_\_\_. **Problemas da poética em Dostoievski.** Trad. Paulo Bezerra. 3.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

BRAIT, B. **Olhar e ver: verbo-visualidade em perspectiva dialógica. Bakhtiniana:** Revista de Estudos do Discurso. São Paulo, v.8, n.2, p.43-66, jul/dez.2013.

\_\_\_\_\_.; MAGALHÃES, A. S. **Dialogismo: teoria e(m) prática.** São Paulo: Terracota, 2014.

BRASIL. DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO. **Portaria 001/2020.** Dispõe sobre a restrição excepcional e temporária de entrada no País de estrangeiros. Disponível em:

<<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-cc-pr/mjssp/minfra/ms-n-1-de-29-de-julho-de-2020-269235614>>. Accedido el 29 de julio de 2020.

BRASIL. POLICIA FEDERAL. **Departamento de Migração**. Disponible en <<https://www.gov.br/pf/pt-br/assuntos/imigracao>>. Accedido el 24 de noviembre del 2020. GRILLO, S. V. de C. (2014). Esfera e campo. In *Bakhtin: outros conceitos-chave*. São Paulo: Contexto.

SOBRAL, A; GIACOMELLI, K. **Los géneros del discurso como dispositivos enunciativos de las prácticas sociales: una mirada teórica y práctica**. Revista da Anpoll, v.51, n.2, p.17- 28, Florianópolis, 2020.

SUIZA. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS). **Declaración que elevó el estado de contaminación al de pandemia de Covid-19 (Sars-Cov-2)**. Disponible en: <<https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>> Accedido el 11 de marzo del 2020.

URUGUAY. **Centro de Información Oficial. Decreto 195/2020**. Fijación de requisitos de nacionales o extranjeras, que pretendan ingresar o egresar del país. Disponible en: <<https://www.impo.com.uy/bases/decretos/195-2020>>. Accedido el 21 de julio de 2020.

URUGUAY. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. **Decreto 093/2020**. Brote de Coronavirus (COVID-19) y la declaración de la Organización Mundial de la Salud (OMS) como una pandemia. Disponible en: <[https://medios.presidencia.gub.uy/legal/2020/decretos/03/cons\\_min\\_18.pdf](https://medios.presidencia.gub.uy/legal/2020/decretos/03/cons_min_18.pdf)>. Accedido el 13 de marzo del 2020.

URUGUAY. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. **Decreto 104/2020**. Restricciones de ingreso al país ante la situación de emergencia nacional sanitaria. Disponible en <[https://medios.presidencia.gub.uy/legal/2020/decretos/06/min\\_62.pdf](https://medios.presidencia.gub.uy/legal/2020/decretos/06/min_62.pdf)>. Accedido el 02 de junio del 2020.