

UFMA



Universidade Federal
do Maranhão

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS

LEANDRO LINDOSO COELHO

**METÁFORAS E METONÍMIAS EM NOTÍCIAS SOBRE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA
DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19**

SÃO LUÍS
2025

LEANDRO LINDOSO COELHO

**METÁFORAS E METONÍMIAS EM NOTÍCIAS SOBRE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA
DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19**

Dissertação de Mestrado em Letras apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Maranhão, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Letras.

Área de concentração: Linguística Cognitiva.

Linha de pesquisa: Descrição e Análise do Português Brasileiro.

Orientadora: Profa. Dra. Monica Fontenelle Carneiro - UFMA

Coorientador: Prof. Dr. Leosmar Aparecido da Silva - UFG

Bolsista CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

SÃO LUÍS

2025

Ficha catalográfica

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Coelho, Leandro Lindoso.

METÁFORAS E METONÍMIAS EM NOTÍCIAS SOBRE VIOLÊNCIA
DOMÉSTICA DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19 / Leandro Lindoso
Coelho. - 2025.

85 f.

Coorientador(a) 1: Leosmar Aparecido da Silva.

Orientador(a): Mônica Fontenelle Carneiro.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em
Letras/cch, Universidade Federal do Maranhão, Sao Luis,
2025.

1. Cognição. 2. Violência. 3. Pandemia de Covid-19.
4. Metáfora e Metonímia. I. Carneiro, Mônica Fontenelle.
II. Silva, Leosmar Aparecido da. III. Título.

LEANDRO LINDOSO COELHO

**METÁFORAS E METONÍMIAS EM NOTÍCIAS SOBRE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA
DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19**

Texto apresentado para a defesa da dissertação de Mestrado em Letras do
Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Maranhão.

Área de concentração: Linguística Cognitiva.

Linha de pesquisa: Descrição e Análise do Português Brasileiro.

Orientadora: Profa. Dra. Monica Fontenelle Carneiro - UFMA

Coorientador: Prof. Dr. Leosmar Aparecido da Silva - UFG

Aprovado em ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Monica Fontenelle Carneiro (Orientadora)
Universidade Federal do Maranhão – UFMA

Prof. Dr. Leosmar Aparecido da Silva (Coorientador)
Universidade Federal de Goiás – UFG

Profa. Dra. Aurelina Ariadne Almeida Domingues (Avaliadora externa)
Universidade Federal da Bahia - UFBA

Prof. Dr. José Haroldo Bandeira Sousa (Avaliador externo)
Universidade Estadual do Maranhão – UEMA

Profa. Dra. Sonia Maria Correa Pereira Mugschl (Avaliadora suplente)
Universidade Federal do Maranhão – UFMA

AGRADECIMENTOS

Minha sincera gratidão a todos que tive a grande oportunidade de encontrar pelo percurso da pós-graduação e que, de alguma forma, foram luz para que este trabalho fosse realizado.

Paso a registrar, então, meus agradecimentos especiais:

A Deus, em primeiro lugar, por Suas bênçãos e misericórdia sempre presentes em minha vida; por Ele estar comigo, principalmente nos momentos mais difíceis de minha vida, fortalecendo meu espírito, iluminando o meu caminho e concedendo-me a Sua paz.

Ao meu pai, José Domingos Santos Coelho, por todo o seu amor e dedicação sem medidas, principalmente no tocante aos os meus estudos, contribuindo para a realização de meus objetivos, para minha formação como pesquisador. Um homem de muita fé que, a todo momento ora para cada dia Deus abençoe a nossa base, a *Família*. Assim, minha gratidão pelos seus ensinamentos sobre a vida e o mundo, pois, mesmo apenas com seu ensino fundamental sempre deu forças e apoio para que os sonhos dos seus 3 filhos fossem concretizados.

A todos de nossa família, em especial às minhas irmãs Valmira Lindoso Coelho e Nildilene Lindoso Coelho, e meus sobrinhos, Jeanderson Coelho e Evilly Coelho, por seu apoio e estímulo aos meus estudos.

Maurício D' Paula, Marcelo Viana, Jeonys Aguiar, Max Cavalcanti, Fábio Ferreira, Diego Rabello, Jefferson Pinheiro por sua amizade e apoio, mesmo quando me distanciei durante o processo de escrita da dissertação.

A Hayanne Souza, amiga presente desde a seleção da Pós-Graduação em Letras-UFMA e durante as disciplinas da grade curricular; a Geovanna Mouta e a Jackeline Braga, amigas que sempre compartilharam conhecimentos sobre a Linguística Cognitiva.

A Maria Ribamar, grande amiga desde a graduação que hoje faz seu mestrado na UNICAMP, por sua valiosa ajuda na obtenção de materiais para a minha pesquisa.

À Profa. Dra. Monica Fontenelle Carneiro, minha orientadora, pessoa admirável e um exemplo de profissionalismo e dedicação, por seu permanente incentivo e valiosas contribuições para meu crescimento intelectual e acadêmico no desenvolvimento desta pesquisa, por suas criteriosas contribuições e orientações ao longo desta dissertação. Assim, afirmo: “quando crescer quero ser igualzinho a ela em

conhecimento e paixão pela Linguística Cognitiva". Minha referência e inspiração para a minha formação.

Ao Prof. Dr. Leosmar Aparecido da Silva, meu coorientador, por sua generosa disponibilidade em aceitar participar na construção desta dissertação, com orientações muito pertinentes e necessárias, trazendo o seu cuidadoso olhar e contribuindo para o aprimoramento do texto.

À Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Maranhão-UFMA, Profa. A Dra. Ana Lucia Rocha.

A todos os professores do Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL) da Universidade Federal do Maranhão, pelos conhecimentos compartilhados nas disciplinas ministradas a cada semestre.

À CAPES, pelo amparo e apoio financeiro neste momento de pesquisa muito importante.

COELHO, Leandro Lindoso. *Metáforas e metonímias em notícias sobre violência doméstica durante a pandemia da covid-19*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Maranhão. 2025. 85 p.

RESUMO

Durante a pandemia da Covid-19, veículos jornalísticos publicaram notícias, reportagens e infográficos mostrando um significativo aumento da violência doméstica nesse período. Em vista disso, esta dissertação tem o objetivo de analisar, em face desse quadro geral e com base na Teoria da Metáfora Conceitual e seus refinamentos, as expressões metafóricas e metonímias sobre violência doméstica durante a pandemia a covid-19, analisando campanhas publicitárias, publicados nos sites de instituições, do Ministério Público e do Conselho Nacional de Justiça ou em veículos jornalísticos. O *corpus* desta investigação é composto por dez textos, em sua maior parte, campanhas publicitárias, sobre o tema, extraídos de diferentes tipos de veículos, organizações e instituições. Desse modo, estribados no arcabouço teórico da Linguística Cognitiva, mais especificamente nos pressupostos da Teoria da Metáfora Conceitual (TMC) de Lakoff e Johnson, 1999, 1980 [2002]) e da Abordagem da Análise do Discurso à Luz da Metáfora (Cameron, 2003, 2007a, 2007b, 2008; Cameron; Deignan, 2009; Cameron et al., 2009; e Cameron; Maslen, 2010), sobre o suporte teórico da metonímia abordou-se Cuenca e Hilferty (2007), Pinheiro (2010), Urios-Aparisi (2009) e Koller (2009). Procurou-se analisar e sistematizar as expressões metafóricas e metonímicas coletadas na mídia e, em especial, nas campanhas mencionadas, as quais permitem, dentre outras funções, a compreensão de conceitos mais abstratos em termos de outros mais concretos. A análise de natureza descritiva, qualitativa e interpretativa revelou que a ocorrência de metáforas cotidianas já 'rotinizadas' pelo uso e também metáforas mais monitoradas pelo produtor do texto é frequente. Em relação à metonímia, percebeu-se uma grande participação de partes do corpo na produção de metonímias visuais. Trabalhos dessa natureza contribuem para colocar em discussão temas de interesse coletivo, mostrando que a metáfora e metonímia estão não somente no pensamento e na linguagem, mas também nas ações.

Palavras-Chave: Cognição; Violência; Pandemia de Covid-19; Metáfora e Metonímia.

COELHO, Leandro Lindoso. *Metáforas y metónimas en noticias sobre violencia doméstica durante la pandemia covid-19*. Tesis de Maestría. Universidade Federal do Maranhão. 2025. 85 p.

RESUMEN

Durante la pandemia de la Covid-19, los medios periodísticos publicaron noticias, reportajes e infografías que mostraban un aumento significativo de la violencia doméstica en ese período. En vista de ello, esta disertación tiene como objetivo analizar, ante este panorama general y con base en la Teoría de la Metáfora Conceptual y sus refinamientos, las expresiones metafóricas y metonimias sobre la violencia doméstica durante la pandemia de la Covid-19, analizando campañas publicitarias publicadas en los sitios web de instituciones, del Ministerio Público y del Consejo Nacional de Justicia, así como en medios periodísticos. El corpus de esta investigación está compuesto por diez textos, en su mayoría campañas publicitarias sobre el tema, extraídas de diferentes tipos de medios, organizaciones e instituciones. De este modo, basándose en el marco teórico de la Lingüística Cognitiva, más específicamente en los supuestos de la Teoría de la Metáfora Conceptual (TMC) de Lakoff y Johnson (1999, 1980 [2002]) y en el Enfoque del Análisis del Discurso a la Luz de la Metáfora (Cameron, 2003, 2007a, 2007b, 2008; Cameron & Deignan, 2009; Cameron et al., 2009; y Cameron & Maslen, 2010), y en lo que respecta al soporte teórico de la metonimia, se abordaron los estudios de Cuenca y Hilferty (2007), Pinheiro (2010), Urios-Aparisi (2009) y Koller (2009). Se buscó analizar y sistematizar las expresiones metafóricas y metonímicas recopiladas en los medios y, en especial, en las campañas mencionadas, las cuales permiten, entre otras funciones, la comprensión de conceptos más abstractos en términos de otros más concretos. El análisis, de naturaleza descriptiva, cualitativa e interpretativa, reveló que la ocurrencia de metáforas cotidianas ya "routinarias" por el uso, así como de metáforas más monitorizadas por el productor del texto, es frecuente. En relación con la metonimia, se observó una gran participación de partes del cuerpo en la producción de metonimias visuales. Trabajos de esta naturaleza contribuyen a poner en discusión temas de interés colectivo, demostrando que la metáfora y la metonimia no solo están presentes en el pensamiento y el lenguaje, sino también en las acciones.

Palabras clave: Cognición; Violencia; Pandemia de COVID-19; Metáfora y metonimia.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: domínios fonte e alvo na composição da metáfora	26
Figura 2: representação da metonímia	28
Figura 3: diferenças entre metonímia e metáfora	35
Figura 4: símbolo do Espírito Santo no Cristianismo	36
Figura 5: campanha CNJ contra violência doméstica	54
Figura 6: esquema da produção metafórica na imagem	56
Figura 7: ampliação da campanha	56
Figura 8: campanha politize	58
Figura 9: Interação semântica entre o tópico e o veículo da metáfora	60
Figura 10: Campanha de Estado de Justiça do Distrito Federal (SEJUS-DF)	62
Figura 11: Campanha da Prefeitura de São Paulo	64
Figura 12: Campanha individual de uma delegada de São Paulo	66
Figura 13: Campanha do Centro Universitário Internacional – Uninter	68
Figura 14: Campanha da Associação Nacional das Defensoras e Defensores Públicos – ANADEP	71
Figura 15: Campanha da Associação Nacional das Defensoras e Defensores Públicos - ANADEP Campanha da Ponte Jornalismo	72
Figura 16: Campanha da vermelho.org	75

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: a metáfora ontológica	24
Quadro 2: relações metonímicas entre PR e ZA	33
Quadro 3: corpus de análise da pesquisa	50

LISTA DE ABREVIações

ADC	Análise Cognitiva do Discurso
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
ESPII	Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional
LC	Linguística Cognitiva
MCI	Modelos Cognitivos Idealizados
MERS	Síndrome Respiratória do Oriente Médio
OMS	Organização Mundial da Saúde
PIBIC	Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica
RNA	Rede Nacional de Assistência
TMC	Teoria da Metáfora Conceitual
UFMA	Universidade Federal do Maranhão
VDCM	Violência Doméstica Contra a Mulher

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1 A LINGUÍSTICA COGNITIVA.....	16
1.1 A Linguística Cognitiva e suas abordagens.....	16
1.2 Metáfora e metonímia conceituais.....	21
2 VIOLÊNCIA DOMÉSTICA.....	40
2.1 Estruturas de poder presentes na violência doméstica.....	40
2.2 As contribuições da lei e da sociedade contra a violência doméstica...	45
2.3 Reflexão geral sobre a violência doméstica durante a pandemia do novo coronavírus.....	45
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	47
3.1 O problema e a caracterização da pesquisa.....	47
3.2 O <i>corpus</i> da pesquisa: geração e análise dos dados.....	48
3.3 Os passos da pesquisa.....	49
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS.....	52
4.1 Campanha publicitária como manifestação do gênero propaganda...	54
4.2 Campanha do Conselho Nacional de Justiça.....	53
4.3 Campanha do Politize.....	57
4.4 Manifestação na Avenida Paulista em novembro de 2020.....	60
4.5 Campanha de Estado de Justiça do Distrito Federal (SEJUS-DF).....	65
4.6 Campanha da Prefeitura de São Paulo.....	64
4.7 Campanha individual de uma delegada de São Paulo.....	67
4.8 Campanha do Centro Universitário Internacional - Uninter.....	69
4.9 Campanha da Associação Nacional das Defensoras e Defensores Públicos - ANADEP	71
4.10 Campanha da Associação Nacional das Defensoras e Defensores Públicos - ANADEP	73

4.11 Campanha da Associação Nacional das Defensoras e Defensores Públicos - ANADEP Campanha da <i>Ponte Jornalismo</i>.....	75
5 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS.....	78
Referências.....	81

INTRODUÇÃO

No ano de 2021, pude conhecer o Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), sob a orientação da Profa. Dra. Monica Fontenelle Carneiro. Por meio da iniciação científica, foi possível realizar os primeiros contatos com os estudos acerca da Linguística Cognitiva, abrindo, então, um leque de possibilidades de pesquisas. Foi, então, que iniciei estudos sobre a teoria da Linguística Cognitiva, investigando as relações entre metáforas conceituais, pandemia e violência. O trabalho do PIBIC foi intitulado *Pandemia e Violência: a metáfora na construção do sentido na mídia e nas redes sociais*. Nesse período, o mundo enfrentava, desde janeiro de 2020, a proliferação do SARS-CoV-2, o chamado Coronavírus, que causou a doença conhecida como Covid-19. Esse vírus provoca desde infecções assintomáticas a graves problemas, principalmente os respiratórios. O fato causou um enorme desafio para toda a população, visto que a Organização Nacional da Saúde (OMS) declarou como pandemia. Entendemos que, tanto em outros quadros no passado quanto neste atual, a pandemia associa-se intimamente ao fenômeno da violência, em suas inúmeras facetas, gerando sentimentos de medo e insegurança, bem como, danos de toda ordem, desde pessoais e familiares a danos sociais, econômicos e políticos, como clara ameaça que atinge a todos, direta ou indiretamente.

Considerando a originalidade, relevância da pesquisa e os resultados satisfatórios nos dois anos de pesquisa na graduação, decidi, no Mestrado, dar continuidade aos estudos acerca das metáforas e metonímias conceituais presentes nas mídias, dessa vez, atentando-me para a violência doméstica constatada durante o período pandêmico.

A metáfora, no escopo da Linguística Cognitiva, é um mecanismo cognitivo que se manifesta no pensamento, na linguagem e na ação. É largamente utilizada tanto na linguagem verbal quanto na não verbal como forma de especificar conceitos, construir referentes, persuadir. A metonímia, por sua vez, é também um mecanismo cognitivo no qual uma palavra é usada, dentre outras funções, para referir-se a outra usada em um contexto semelhante.

Dessa maneira, objetivamos compreender as expressões metafóricas em campanhas publicitárias e em texto jornalístico sobre a violência doméstica

amplamente abordada em sites de notícias, do Ministério Público e do Conselho Nacional de Justiça e outras instituições.

Os objetivos específicos desta pesquisa, por sua vez, são: 1) mapear campanhas publicitárias e jornalísticas que contenham expressões metafóricas e metonímias sobre violência doméstica durante a pandemia da Covid-19; 2) identificar os domínios experienciais que motivam as expressões linguísticas metafóricas e metonímicas presentes nas manifestações sobre violência doméstica na pandemia da Covid-19; 3) analisar funções das metáforas e metonímias presentes nos textos e seus respectivos efeitos.

Entendemos que, além de provocar o medo da morte pelo vírus da Covid-19, a pandemia associou-se intimamente ao fenômeno da violência, em suas inúmeras facetas, em especial, a doméstica, gerando sentimentos de medo e insegurança, bem como danos de toda ordem, desde a pessoal e familiar, à social, econômica e política.

Com base em pesquisas cujo objeto de estudo são as metáforas conceituais e discursivas, expressões metafóricas identificadas não só com base nos pressupostos da TMC – Teoria da Metáfora Conceitual, de Lakoff e Johnson (1980, 1999) e estudos posteriores, mas também na Abordagem da Análise do Discurso à Luz da Metáfora, de Lynne Cameron e colaboradores (CAMERON, 2003, 2007b, 2008; CAMERON; DEIGNAN, 2009; CAMERON et al., 2009; CAMERON; MASLEN, 2010), serão abordadas no intuito de compreender as conceptualizações entre VIOLÊNCIA e PANDEMIA em textos que tratam da violência doméstica, identificando e relacionando as representações sociocognitivas manifestas em expressões linguísticas metafóricas e metonímias do Português Brasileiro, tanto licenciadas por metáforas conceituais quanto por aquelas que emergem no discurso.

Assim, dissertação justifica-se pela necessidade da compreensão da pandemia e da violência nas manifestações por meio da linguagem figurada que revelam as metáforas e metonímias presentes nas conceptualizações desses dois fenômenos, deixando claras as estreitas relações que se estabelecem entre eles, já que se fazem presentes na linguagem cotidiana e, conseqüentemente, na mídia nacional, mostrando sua relevância para os modos de conceptualização da sociedade.

Para além do que temos discutido, o estudo girou em torno das seguintes perguntas: 1) Que metáforas e metonímias são produzidas em notícias e campanhas publicitárias institucionais sobre violência doméstica durante a pandemia?; 2) A

produção de metáforas e de metonímias ocorre de modo natural, uma vez que tais mecanismos cognitivos são inerentes à linguagem cotidiana ou existe também algum tipo de monitoramento ao produzi-las?; 3) Que efeitos podem ser inferidos do uso das metáforas e metonímias nos textos?

Em relação à sua organização, esta dissertação está dividida em quatro seções.

Na primeira seção, apresentamos a Linguística Cognitiva em seus múltiplos olhares e abordamos, mais especificamente, a Teoria da Metáfora Conceitual e seus refinamentos (Lakoff; Johnson, 1980, 1999).

Na segunda seção, tratamos da violência doméstica, suas definições, possíveis causas, consequências e relações.

Já na terceira seção, discutimos, com maior detalhamento, todo o percurso metodológico da pesquisa, desde sua caracterização como investigação qualitativa, de natureza aplicada e descritivo-exploratória quanto aos objetivos traçados, assim como interpretativa. Ademais, salientamos também o corpus da pesquisa, constituído basicamente de notícias e campanhas publicitárias institucionais sobre violência doméstica na pandemia.

Já na quarta e penúltima seção, apresentamos a análise e a discussão dos dados, caracterizando as mídias para investigação, presentes as metáforas e as metonímias conceituais e discursivas subjacentes às expressões linguísticas nas manifestações sobre pandemia e violência.

Para finalizar, apresentamos, em mais uma seção, as nossas conclusões, destacando nossas contribuições para os estudos na área, bem como as possibilidades de aprofundamento de aspectos relevantes e lacunas que, intencionalmente, não se incluíram no escopo desta dissertação.

CAPÍTULO I

A LINGUÍSTICA COGNITIVA

Este capítulo tem o objetivo de apresentar teoricamente a perspectiva da Linguística Cognitiva, seu surgimento e evolução, seus princípios e alguns de seus objetos de estudos.

1.1 A Linguística Cognitiva e suas abordagens

A Linguística Cognitiva é uma perspectiva teórica que estuda a relação da mente (recepção, processamento e produção de conhecimento) com o ambiente físico, social e cultural. É, portanto, uma perspectiva que difere do cognitivismo empreendido pelo Gerativismo, que considera basicamente elementos internos à mente na análise da expressão linguística. Segundo Carneiro (2014, p.72), “a Linguística Cognitiva é fundamentada por um alicerce teórico que envolve elementos cognitivos diversos, mas, em especial, a estruturação e representação do conhecimento, os processos que envolvem a linguagem e a aprendizagem, os mecanismos que viabilizam a apreensão da experiência humana, assim como aqueles que contribuem para a compreensão de sua vivência biológica, afetiva, social e cultural.”

Na década de 1970, eclodem os estudos iniciais da Linguística Cognitiva, expandindo-se na década seguinte, a de 1980, sobretudo na América e na Europa, embora aconteça, nos Estados Unidos, o lançamento da obra *Metaphors We Live By*, de Lakoff e Johnson, reconhecida por muitos como o marco do início dessa nova ciência. Nessa proposta, Lakoff e Johnson (1980) defendem que “os conceitos que governam nosso pensamento não são apenas uma questão de intelecto, pois governam, também, nosso funcionamento cotidiano, até os detalhes mais corriqueiros.” (Carneiro, 2014, p. 74).

Em 1990, a Linguística Cognitiva ganha destaque como ciência, com a criação de sua primeira associação¹, e publicação de sua primeira coleção de trabalhos científicos.

Além da obra já citada (Lakoff; Johnson, [1980] 2022), outros estudos relevantes foram publicados por esses teóricos: *Women, Fire and Dangerous Things* (Lakoff, 1987) e *The Body in the Mind* (Johnson, 1987), ambos alinhados com a corrente filosófica do Experiencialismo ou Realismo Corporificado. “Esses autores trazem o entendimento de que a cognição de uma pessoa está intrinsecamente conectada com suas vivências, ou seja, as experiências corpórea e sociocultural, na interação corpo-mundo em que a linguagem faz a intermediação” (Carneiro, 2014, p.72).

Nesse sentido, a Linguística Cognitiva está fundamentada no fato de a mente ser inerentemente corporificada, ou seja, “o pensamento é, em grande parte, inconsciente, e os conceitos abstratos são amplamente metafóricos” (Carneiro, 2014, p.72), reflete a autora com base em Lakoff e Johnson (1999, p. 3).

Carneiro (2014) relembra um ponto importante sobre as experiências socioculturais dos indivíduos que os cerca, qual seja: para a constituição de linguagem e do pensamento, as experiências são essenciais, logo, são partes fundamentais e integrantes da cognição, juntando-se ainda as experiências socioculturais. Ainda baseando-se em Lakoff e Johnson (1999, p. 568), “a autora expressa que os dois estudiosos citados reconhecem a ciência cognitiva como uma “ciência da mente e do cérebro”, responsável por analisar fenômenos linguísticos; e seu objetivo não é a mera descrição da arquitetura da linguagem e do conhecimento, mas sim entender a estreita relação entre cognição e linguagem.” (Carneiro, 2014, p. 73).

Uma investigação em linguística cognitiva busca estabelecer evidências consistentes sobre o papel da cognição na organização da linguagem natural. Essa investigação tende a revelar, portanto, a dinâmica da relação entre linguagem e cognição envolvendo ambas a sociedade e a cultura, bem como entre o experimentador e aqueles que compartilham a capacitância milagrosa de "integrar"

¹ É somente em 1990 que a Linguística Cognitiva se institucionaliza, com a criação da “International Cognitive Linguistic Association, da revista “Cognitive Linguistic” e da coleção “Cognitive Linguistic Research” que teve como editores René Dirven e Ronald Langacker e foi publicada por Mouton de Gruyter. (Silva, 1997, p 59-60).

ideias à linguagem, transmitindo a maravilhosa experiência de viver com quem está ao seu redor (Cheavegatto, 2009).

Nessa perspectiva, a linguagem humana passa a ser entendida não só como a exteriorização de experiências de ordem corpórea, afetiva e sociocultural, mas também como parte integrante do conhecimento, da estrutura conceitual e do processamento cognitivo (Carneiro, 2014, p.72).

A linguagem não é apenas uma expressão de experiências físicas, emocionais e socioculturais, mas também desempenha um papel essencial no desenvolvimento do conhecimento humano, na estruturação dos conceitos que usamos para entender o mundo e no processo cognitivo em geral. Dessa forma, a linguagem não é apenas uma ferramenta para comunicar experiências, mas também é fundamental na maneira como pensamos, aprendemos e entendemos o mundo ao nosso redor.

A colocação receptiva de LC começa com o escopo geral da linguagem e se reflete em conjecturas discutidas a seguir, tais como o conhecimento enciclopédico. Em primeiro lugar, a LC defende a não modularização da mente, bem como a busca de conjecturas e generalizações interdisciplinares (Taylor, 2008).

A atividade linguística é uma atividade simbólica, o que significa que as palavras criam conceitos e esses conceitos ordenam a realidade, categorizam o mundo. Silva e Batoréo (2010, p. 233) destacam que:

um dos princípios essenciais em Linguística Cognitiva diz que o significado é conceptualização. Um processo de conceptualização consiste numa determinada perspectivação do conceptualizado relativamente a uma entidade ou situação. Quer isto dizer que a conceptualização envolvida no significado de uma expressão lexical ou gramatical não pode ser caracterizada somente em termos das propriedades do objeto de conceptualização, mas tem que necessariamente ter em conta o sujeito de conceptualização.

Como se vê, a conceptualização constitui, segundo Almeida (2020, p. 370), uma perspectivação dos conceptualizadores relativamente a algo, seja entidade, situação, estado, ação. Nesse sentido, o significado é flexível, dinâmico e é construído a partir das percepções de mundo e conhecimento do contexto.

A LC insere-se no campo mais abrangente da ciência cognitiva, aquele que congrega diversas disciplinas e cujo objetivo é buscar respostas a questões epistemológicas relativas à natureza, à constituição, às origens e ao desenvolvimento do conhecimento, segundo Gardner (1996). Dessa forma, mantém relação estreita

com disciplinas, tais como a psicologia, antropologia, filosofia, inteligência artificial, além de outras.

A linguística cognitiva surge pela insatisfação do enfoque formal utilizado na língua, conforme pontuam Almeida e Santos (2020). Daí, a necessidade de apresentar uma abordagem interdisciplinar que abrange áreas do conhecimento como a filosofia, a sociologia, a neurociência para dar conta de transpor o aspecto formal da língua. Sobre a definição da linguística cognitiva e suas características, as autoras discorrem:

é um arquipélago de teorias que se constitui por um conjunto de ilhas teóricas, mais ou menos próximas umas das outras, a exemplo da Teoria dos Modelos Cognitivos Idealizados, da Teoria dos Esquemas de Imagem, da Teoria da Metáfora Conceptual, da Teoria da Metáfora Multimodal, da Teoria Neural da Metáfora, da Teoria da Mesclagem, dentre outras propostas. Assim sendo, essas e outras teorias comungam pressupostos que as possibilitam ancorar no porto desse modelo, como o entendimento de existir continuidade entre linguagem e cognição, como a não dicotomização entre mente e corpo, entre conhecimentos linguístico e enciclopédico, entre léxico e gramática, além de serem os estudos da área orientados para o significado, alicerçados pelo uso autêntico da linguagem em situações reais de uso e abertos à interdisciplinaridade (Almeida; Santos, 2020, p. 59).

Desse modo, compreendemos que a linguística cognitiva é uma abordagem que associa pensamento, linguagem, experiências cotidianas, contexto etc. Nessa direção, Almeida e Santos (2020) afirmam que o significado é entendido como um fenômeno construído nas inter-relações entre muitas dimensões: biológicas, psicológicas, culturais, entre outras.

A linguística cognitiva postula que a linguagem é parte integrante da cognição humana, que reflete a interação de fatores culturais, psicológicos, comunicativos e funcionais, e só pode ser compreendida e estudada no quadro de uma visão real de conceituação e processamento mental. Além disso, contribui para a ciência que denominamos linguística, porque permite a inserção de novos procedimentos metodológicos para a investigação dos fenômenos linguísticos (Gonzalez-Marquez, Mittelberg, Coulson e Spivey, 2007).

Desse modo, entende-se que a verdadeira essência da linguagem não é o sistema abstrato de formas linguísticas. A voz singular não é a ação psicofisiológica da linguagem, mas um fenômeno social de interação verbal que é realizado por meio da fala ou articulação; assim, a interação verbal constitui a realidade básica da linguagem (Bakhtin, 1986).

Para Vereza (2016), um dos pilares da linguística cognitiva está associado ao enquadramento da definição de cognição, e concordamos, nesse aspecto, pelo fato de que o cognitivo, muitas vezes, é visto como um termo apenas dicionarizado associado ao ato de conhecer, de adquirir um conhecimento, mas como bem propõe a mencionada autora, cognitivo pode ser concebido como raciocínio, percepção de algo que faça, assim, sentido aos indivíduos.

Vereza (2016) acrescenta ainda que existe um conceito fundador da linguística cognitiva que são os Modelos Cognitivos Idealizados (MCI), propostos por Lakoff(1987). Esses modelos são estudados em sua relação com o ambiente sociocultural e com os construtos ideológicos que evocam, ou seja, como ratifica a autora, a língua reflete o pensamento humano:

conceitos de base da LC, como o de metáfora conceptual, frames, esquemas magnéticos, protótipos, MCIs e até mesmo o de construção gramatical se referem às representações cognitivas (ou modelos mentais mais estáveis, que incluem os chamados “modelos culturais” [...] que formam a base de nosso sistema conceptual, ancorando e promovendo a conceptualização da experiência. Como essas representações, por sua vez, emergem das experiências tanto sensório-motoras quanto socioculturais, a mente, nessa perspectiva, não pode ser vista como estando separada do corpo, da língua e do mundo (Vereza, 2016, p. 564).

Concordando com esta colocação, Almeida (2020) dispõe ainda que a forma como o sujeito conceitualiza, como pensa, fala e age, diz respeito a essas dimensões de percepção cultural, inferências e aquisições do seu entorno.

Um dos mecanismos mais estudados na linguística cognitiva é a metáfora, sobretudo, em pesquisas que debatem a compreensão do processo de categorização e formação de conceitos. Além da metáfora, temas relevantes para a compreensão da mente humana em sua relação com o mundo são: a categorização e a prototipicidade, os modelos cognitivos, a polissemia, a metonímia, os esquemas imagéticos e os *frames*.

Moreira (2009) mostra mais amplamente os campos de estudo da LC. Tendo o significado como centro, a Linguística Cognitiva investiga Semântica Cognitiva, Gramática Cognitiva, Gramática de Construções, Teoria do Protótipo e modelos de rede radial rede esquemática, Teoria da Metáfora Conceitual, da Metonímia Conceitual e dos esquemas imagéticos, Teoria dos Quadros Concetuais, Frame Semantics, Teoria dos Espaços Mentais, Teoria da Integração (ou Mesclagem)

Conceitual, Teoria dos Modelos Culturais e o desenvolvimento da Linguística Cultural, Teoria da Gramaticalização, Teoria Neural da Linguagem, entre outras.

Carneiro (2014, p.74), sob a perspectiva de Lakoff e Johnson (1980), destaca que os conceitos estruturam a percepção das pessoas acerca do mundo, assim, o sistema conceitual desempenha uma função central na definição da realidade cotidiana. Nesse sentido, o sistema conceitual passa a ser também amplamente metafórico, uma vez que uma gama de metáforas permeiam o cotidiano das pessoas.

Carneiro (2014) também enfatiza que os conceitos que temos estruturam a forma como percebemos o mundo ao nosso redor. Isso implica que o sistema de conceitos que usamos desempenha um papel fundamental na construção da realidade que experimentamos no dia a dia. Além disso, a autora reitera, com base no entendimento lakoffiano, que esse sistema conceitual é altamente metafórico, ou seja, utilizamos as metáforas para entender e comunicar muitas das nossas ideias e experiências.

Ainda em se tratando da metáfora, Carneiro (2014) apoia Macedo (2006, p. 23) em sua reflexão de que a metáfora está para além de uma figura de linguagem ou um recurso da retórica para se inserir no âmbito da cognição, já que esta é utilizada em linguagem corriqueira não por decisões conscientes, “mas porque tais expressões são licenciadas por mapeamentos cognitivos entre domínio fonte e alvo que nos permitem e são, muitas vezes, o único modo que temos para compreender e fazer sentido do mundo”.

Sobre essa questão, as últimas décadas do século XX evidenciaram o aprimoramento do debate e investigação sobre a metáfora e suas manifestações em diferentes tipos de textos e discursos.

Como forma de dar continuidade a essa discussão, na próxima seção tratamos mais profundamente dos mecanismos cognitivos fundamentais para a Linguística Cognitiva.

1.2 Metáfora e metonímia conceituais

A metáfora, na perspectiva da Linguística Cognitiva, pode ser entendida como um mecanismo cognitivo, ou seja, um modo de funcionamento da mente em que a compreensão de um conceito mais abstrato se dá pela utilização de outro mais concreto. A produção metafórica é resultado da experiência de nosso corpo com o e

no mundo. É vista, segundo as premissas da Teoria da Metáfora Conceitual, não só como um aparato cognitivo que apresenta diferentes funções cognitivas e linguísticas, mas também como um dos tipos de Modelo Cognitivo Idealizado (MCI)², com base no qual experienciamos o mundo à nossa volta, relacionamo-nos com ele e construímos sentidos, que, por sua vez, são expressos por meio da linguagem (Macedo, 2008, p. 83).

As metáforas são entendidas também como uma operação de conceptualização. Segundo Lakoff e Johnson (2002 [1980]), são formas de experienciar uma coisa em termos de outra, como já dissemos, mas, mais do que isso, as metáforas estão presentes no sistema conceitual humano e permitem que os sujeitos possam organizar seus pensamentos no dia a dia e, em geral, não apenas são utilizadas sem muitos esforços, como também explicitam conhecimentos culturais, a fim de melhor expressar algo que se tem a dizer, desempenhando, portanto, um papel fundamental na construção comunicativa.

As metáforas integram o pensamento, a linguagem e as ações. Não se constituem apenas recurso retórico ou poético, “mas também e principalmente um mecanismo indispensável para a compreensão da cognição humana” (Carneiro, 2014, p. 79). Ainda conforme Carneiro (2014), “a metáfora é uma forma de pensar o mundo e evidencia uma intrínseca relação entre a metáfora conceitual e a experiência humana.”

Partindo, pois, da perspectiva experiencialista, essa teoria toma como base a compreensão de que nossos conceitos são compartilhados pela comunidade linguística em que vivemos. Tais conceitos definem-se com base na nossa experiência corpórea em interação com o meio físico, social e cultural que nos cerca, evidenciando, então, que nosso sistema conceitual é “fortemente caracterizado pela presença de metáforas conceituais (estruturas mentais de representação) e linguísticas (realizações linguísticas das metáforas conceituais) que permeiam nosso cotidiano, não só na linguagem, mas também no pensamento e nas ações” (Carneiro, 2014, p. 80).

² Um Modelo Cognitivo Idealizado, segundo Lakoff (1987) *apud* Sperandio (2010), apresenta cinco tipos básicos de modelos cognitivos, que contribuem para a estruturação de nossas experiências físicas tanto no plano puramente conceitual quanto no linguístico conceitual. Os tipos de modelos são os proposicionais, esquemas de imagem, metonímico, metafórico e simbólico.

Ratificando essas considerações, Lima, Feltes e Macedo (2008, p. 129) afirmam que a metáfora conceitual é, portanto, uma construção cognitiva, baseada nas experiências socioculturais vividas; são um modo de construção de conhecimento, na forma de um mapeamento entre domínios de conhecimento, em geral, orientado por relações analógicas motivadas por propósitos e interesses, por determinadas situações e suas demandas (Carneiro, 2014, p. 81).

Lakoff e Johnson (2002), tomando como ponto de partida as funções cognitivas, a convencionalidade, a natureza, o grau de generalidade e de complexidade da metáfora, categorizam esse recurso cognitivo em três tipos: as **metáforas orientacionais** (emergem de nossa experiência corpórea em termos espaciais), **estruturais** (implicam na estruturação de um tipo de experiência em termos de outro tipo de atividade) e **ontológicas** (emergem de nossa experiência com objetos e substâncias do mundo físico).

As **metáforas orientacionais** caracterizam-se por organizar conceitos com base em orientações lineares não metafóricas, isto é, com base em nossa experiência corpórea no espaço (DENTRO-FORA, FRENTE-TRÁS, PARA CIMA PARA BAIXO, CENTRO-PERIFERIA). Alguns exemplos de metáforas orientacionais são MAIS É PARA CIMA e MENOS É PARA BAIXO; BOM É PARA CIMA e RUIM É PARA BAIXO. Nos usos linguísticos, tais metáforas podem se manifestar em enunciados como: “A notícia da tua vinda **levantou** o astral de teus pais” e “Ele já apresenta sinais de **depressão**”. (Macedo, 2008, p.81). Nesses exemplos, as palavras *levantou* e *depressão* são veículos que acionam a metáfora orientacional, uma vez que *levantar-se* é sinônimo de “estar para cima” e *depressão* licencia o sentido de “estar para baixo, deitado”.

Quanto às **metáforas estruturais**, ressaltamos que essas se caracterizam por organizar um determinado tipo de experiência ou atividade com base em outro tipo de experiência ou atividade, em organização metafórica de um determinado conceito em termos de outro. Por exemplo, o uso do conceito de GUERRA para tratar de DISCUSSÃO (DISCUSSÃO É GUERRA, Ex.: “Ao **discutir** aquele tema, os candidatos partiram para **o ataque**” e “Os seus argumentos eram **indefensáveis**”) e o de VIAGEM para falar de AMOR (O AMOR É UMA VIAGEM, Ex.: “Assim, nosso relacionamento **não vai a lugar algum**” “Com tanto amor, **seguiremos** juntos **até o fim**”, “Nosso relacionamento **chegou a uma encruzilhada**, creio que devemos seguir **caminhos diferentes**”) (Macedo, 2008, p. 82). As palavras ou expressões em destaque nos

exemplos são expressões linguísticas que conduzem, respectivamente, às metáforas DISCUSSÃO é GUERRA e AMOR É UMA VIAGEM.

No tocante às **metáforas ontológicas**, destacamos que essas se caracterizam por organizar conceitos com base em nossa experiência física na interação com o mundo físico que nos cerca. Essa organização, segundo Macedo (2008), possibilita que expliquemos os fenômenos naturais e sociais, assim como eventos, atividades, ideias e emoções, atribuindo-lhes características que não as apresentam, mas que nos permitem identificá-los e quantificá-los e representá-los como uma entidade no mundo. O quadro a seguir, produzido com base na leitura de Lakoff e Johnson (2002, p. 77-78), mostra os propósitos de algumas metáforas ontológicas, bem como exemplos que a elucidam:

Quadro 1: a metáfora ontológica

FUNÇÃO DA METÁFORA ONTOLÓGICA	EXEMPLO
Referir-se	<i>Meu medo de insetos está enlouquecendo a minha mulher.</i>
Quantificar	<i>Terminar este livro exigirá muita paciência.</i>
Identificar aspectos	<i>O lado mau de sua personalidade vem à tona sob pressão.</i>
Identificar causas	<i>A pressão de suas responsabilidades causou ou seu esgotamento.</i>
Traçar objetivos e motivar ações	<i>Ele foi para Nova Iorque em busca de fama e fortuna.</i>

Fonte: adaptado de Lakoff e Johnson (2002, p. 77-78)

As ideias de Lakoff e Johnson (2002 [1980], p. 77), expostas na obra *Metaphors we live by* contestam alguns dos pressupostos até então predominantes, a saber: “(1) toda linguagem convencional cotidiana é literal e nenhuma é metafórica; (2) tudo pode ser compreendido em bases literais, sem metáfora; (3) só a linguagem literal pode ser contingencialmente falsa ou verdadeira; (4) todas as definições dadas no léxico de uma língua são literais, não metafóricas; (5) os conceitos usados na gramática de uma língua são todos literais, nenhum é metafórico”.

Considerando que, para significar nossos conhecimentos, faz-se necessária a organização das nossas estruturas mentais, nessa concepção respaldada pela linguística cognitiva, de acordo com Almeida e Santos (2020, p. 60), é preciso levar em conta alguns aspectos, tais como: “mapeamento metafórico e mapeamento

metonímico, estrutura de esquemas de imagem e estrutura proposicional”, conforme o anteriormente apontado.

A compreensão da metáfora requer conhecimento sociocultural. Se dois habitantes de São Luís conversam entre si e utilizam uma metáfora que envolve algum elemento cultural da região, o processo comunicativo poderá ocorrer sem falhas comunicativas. Se essa mesma metáfora for processada por um morador do sul, por exemplo, que não conhece esse elemento cultural de São Luís, ele poderá não entender a metáfora ou os termos utilizados ou poderá demorar mais tempo para compreendê-la por meio de pistas deixadas no contexto comunicativo.

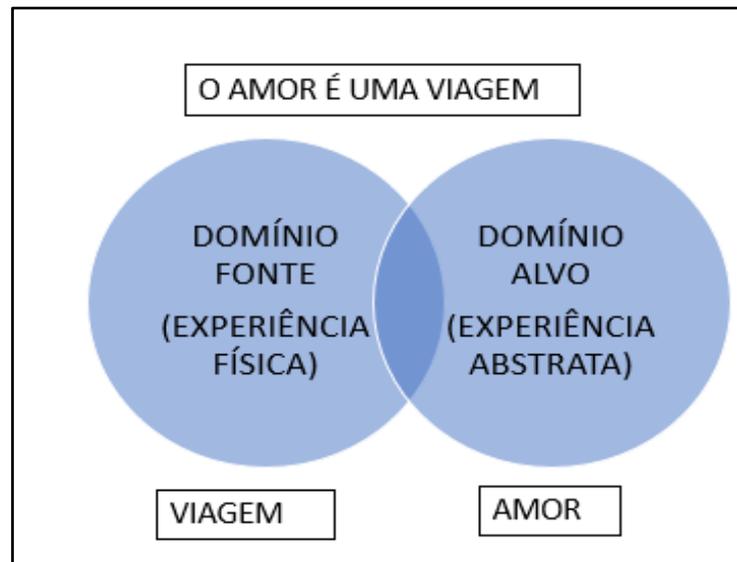
É importante pontuar, contudo, que a função comunicativa da linguagem depende do sucesso com que se exerce a sua função construtivo-representativa e imaginativa (Franchi, 1976). Tal sucesso é alcançado também por meio do uso da metáfora. Sendo a linguagem uma atividade constitutiva, um processo contínuo de elaboração e reelaboração de categorias, valores e pensamentos (SANTANA, *et al.*, 2009), a metáfora contribui para essa reelaboração de categorias, valores e pensamentos.

O papel das metáforas na linguagem cotidiana é muito importante, considerando que cumprem diferentes funções, tais como: fazer referência a entidades, informar, persuadir, conceber subjetivamente determinado fato ou ideia, estabelecer diálogo, compartilhando conceitos e visões de mundo sobre o fenômeno discutido com os sujeitos.

Tendo em vista que a metáfora é, fundamentalmente, um mecanismo atrelado à conceptualização, é possível, segundo aponta Ferrari (2010), identificar dois elementos constitutivos da metáfora: o domínio fonte e o domínio alvo.

Para essa autora, **o domínio fonte envolve propriedades físicas e áreas relativamente concretas da experiência humana**, enquanto **o domínio-alvo é mais abstrato**. A metáfora, portanto, não se constitui apenas pelas palavras, uma vez que nelas existem projeções mentais, em processo de construção desde o momento em que é expressada, em articulação direta com seu domínio fonte até alcançar o objetivo da expressão, ou seja, o domínio alvo. A figura 1, a seguir, mostra a projeção entre os domínios fonte e alvo tratados neste parágrafo:

Figura 1: domínios fonte e alvo na composição da metáfora



Fonte: elaboração do autor

A figura 1 explica os domínios envolvidos na metáfora O AMOR É UMA VIAGEM. VIAGEM representa o domínio da experiência, o domínio fonte. É, portanto, mais concreto. Já AMOR representa o domínio alvo, mais abstrato. É o domínio que precisa ser definido, explicado. A intercessão representa os traços emprestados pelo domínio fonte para compreensão do domínio alvo.

Seguindo o pensamento de Lakoff e Johnson, Ferrari (2010) afirma que as metáforas são analisadas como relações estáveis e sistemáticas, isto é, organizadas entre dois domínios, que se fazem essenciais para que a significação seja percebida.

O domínio fonte, conforme Ferrari (2010), envolve propriedades físicas e áreas relativamente concretas da experiência humana, enquanto o domínio-alvo é sempre mais abstrato. Isto é, a metáfora não se constitui apenas pelas palavras, pois nelas existem projeções mentais, que estão em construção desde o momento em que é expressada, articulando-se com seu domínio fonte até alcançar o objetivo da expressão, ou seja, o domínio alvo.

Cameron e Maslen (2010) tratam da relevância dos elementos afetivos, socioculturais e físicos, dentre outros envolvidos na composição da metáfora discursiva. Esclarecem ainda que os chamados veículos metafóricos, elementos identificadores desse tipo de metáfora, conforme proposto por Cameron e colaboradores na sua Abordagem da Análise do Discurso à Luz da Metáfora (2007),

que se constituem como critérios valorosos que motivam a escolha dos usuários durante a manifestação de suas ideias e sentimentos.

Carneiro (2014) destaca ainda que uma metáfora, em seu uso linguístico envolve mais do que o efetivamente expresso durante a interação verbal de participantes de um determinado grupo social, por ser permeada de escalas temporais.

Ainda sobre a questão, Carneiro (2014), alinhada às proposições de Cameron *et al.* (2009), explica que a dinamicidade da metáfora funda-se no processo de interação. Reitera ainda que não é apenas pelo aspecto dialógico do discurso, mas pelas trocas, sejam elas de ideias, de sentimentos e, assim, ao longo do tempo resultam em padrões.

Feitas essas considerações sobre ambas as metáforas conceitual e discursiva, passamos agora a tratar da metonímia.

A linguagem, em sua constante mutação e fluidez, apresenta, segundo Pinheiro (2008), recursos que enriquecem a comunicação e conferem expressividade ao discurso. Entre esses recursos, destaca-se a metonímia, mecanismo cognitivo em que um termo que é substituído por outro dentro de um mesmo domínio, estabelecendo uma associação por contiguidade, a parte que substitui o todo (Sabino, 2018).

Essa relação pode acontecer de formas diversas no âmbito de um domínio: **efeito pela causa e vice-versa, parte pelo todo** (sinédoque); **continente** (recipiente) **pelo conteúdo; objeto pelo lugar de origem, produto pela marca, concreto pelo abstrato e obra pelo autor.**

A figura 2, a seguir, ajuda-nos a compreender como se dá a relação de contiguidade na metonímia:

Figura 2: representação da metonímia



Fonte: elaboração do autor

Na figura 2, tem-se apenas um domínio experiencial. A metonímia mais típica é aquela em que há uso de uma expressão que enfoca a parte e se faz o apagamento do todo como em *João foi à festa*. O verbo *ir* exige um complemento locativo (quem vai, vai a algum lugar = seja a um salão de festa, a uma casa, a uma fazenda etc). O complemento, contudo, foi um evento (festa). Nesse sentido, houve uma metonímia, porque, na palavra *festa* (que é a **parte** focal daquilo que se quer comunicar), está implícita a ideia do **todo** (lugar + evento + pessoas + comidas + bebidas + música etc).

Portanto, para compreendermos a metonímia em sua plenitude, parece-nos fundamental mergulhar em suas origens etimológicas. Tendo sua origem na palavra grega *metōnymía*, que significa *mudança de nome* (Paiva, 2010), a metonímia revela a capacidade da linguagem de transitar entre os significados, tecendo uma rede de relações que transcendem o sentido literal das palavras.

Segundo Lakoff e Johnson (2002), a metonímia manifesta-se de diversas maneiras e tem uma função referencial. Ela pode manifestar-se:

1) na substituição do título da obra pelo nome do autor, como em *ler Machado de Assis* (o nome do autor representando o conjunto de suas obras) ou *ouvir Beethoven* (o nome do compositor substituindo sua música); 2) na relação entre marca e produto, quando a marca se torna sinônimo do produto, como em *pedir um Nescafé* (marca pelo café instantâneo) ou *barbear com uma Gillette* (o uso da marca pela lâmina de barbear); 3) na relação entre instituições e um país, a instituição representa

a nação, como em *torcer pelo Brasil no torneio* (substituindo torcer pela seleção brasileira de futebol no torneio).

Na metonímia, a substituição de um termo por outro, estabelecendo uma conexão de significados, não se dá de forma aleatória, mas sim por meio de uma relação de continuidade entre os elementos envolvidos (Rocha, 1972).

Fiorin (2014) diz que contiguidade é uma proximidade, uma vizinhança, um contato, ou seja, a contiguidade refere-se à relação de proximidade ou adjacência entre dois elementos. Essa contiguidade pode ser de diferentes naturezas, como espacial, temporal, causal, lógica ou simbólica, abrindo um universo de possibilidades interpretativas e efeitos de sentido. Na relação continente pelo conteúdo, por exemplo, um termo que representa um recipiente ou um espaço é utilizado para se referir ao que está contido nele. Essa relação é comumente utilizada na linguagem cotidiana, como no caso das expressões: *Beber um copo de wisk e fumar um charuto*, o recipiente- o cigarro - representa o tabaco que ele contém.

Segundo Lakoff e Johnson (2002), na relação **parte pelo todo**, um termo que representa uma parte de algo é utilizado para se referir ao todo. Ao utilizarmos um termo que representa uma parte de um conjunto maior para referirmo-nos ao todo propriamente dito, simplificamos a linguagem e evitamos repetições desnecessárias como em *O time entrou em campo*. Nessa frase, o termo *campo*, representando apenas parte do contexto do futebol, é utilizado para se referir ao todo, ou seja, ao jogo e todos os seus elementos. No exemplo *A plateia aplaudiu o espetáculo*, o termo *plateia*, referindo-se a determinada parte do público presente no teatro, é utilizado para se referir ao público como um todo. Em *A orquestra tocou uma bela melodia*, o termo *orquestra*, que representa apenas um conjunto de instrumentos musicais e seus respectivos instrumentistas, é utilizado para se referir à música por eles executada.

A metonímia parte pelo todo não se limita apenas à simplificação da linguagem. Esse mecanismo cognitivo também pode ser utilizado para destacar aspectos específicos de um conjunto maior, conferindo ênfase a um determinado elemento ou característica. Em *O governo anunciou novas medidas para combater a pobreza*, o termo *governo*, que representa apenas uma parte do sistema político como um todo, é utilizado para se referir às ações e decisões tomadas pelas autoridades. No exemplo, "A defesa do time falhou na partida decisiva", o termo "defesa", que representa apenas um setor do time de futebol, é utilizado para se referir ao desempenho dos jogadores que atuam nessa área.

A metonímia **produtor pelo produto** revela-se como uma ferramenta muito útil na simplificação e economia da linguagem. Percebemos, em Lakoff e Johnson (2002), que é utilizada para evitar repetições e destacar a qualidade ou a marca de um produto específico. Em *Vou tomar um Nescafé*³, o termo *Nescafé*, que representa uma marca específica de café instantâneo, é utilizado para se referir à bebida em si. No exemplo, *Preciso comprar um Gillette para fazer a barba*, o termo *Gillette*, que representa uma marca específica de lâminas e aparelhos de barbear, é utilizado para se referir ao produto em si.

Ainda sobre a metonímia produtor pelo produto, destacamos que pode ser utilizada para realçar a qualidade ou a marca de um produto específico, conferindo ênfase a um determinado elemento ou característica. Como exemplo, temos: *Este restaurante serve o melhor Champagne*, em que o termo "Champagne", que representa um tipo específico de vinho espumante de alta qualidade, é utilizado para se referir a qualquer vinho espumante servido no restaurante. Em *Ele usa um Rolex no pulso*, o termo *Rolex*, que representa uma marca específica de relógios de luxo, é utilizado para se referir a qualquer relógio usado no pulso, permitindo destacar o *status* social do indivíduo, conferindo ênfase à marca e à qualidade do relógio.

Como as anteriores, a relação metonímica **objeto pelo usuário**, por sua vez, é utilizada para simplificar a linguagem. Lakoff e Johnson (2002), em seus exemplos, demonstram a importância do uso dessa relação para destacar a função ou o papel de um objeto quanto ao que concerne ao seu usuário. Na frase *O carro parou no sinal vermelho*, o termo *carro*, que representa um objeto específico, é utilizado para se referir ao motorista ou aos ocupantes do veículo. No exemplo *O telefone tocou e ninguém atendeu*, o termo *telefone*, que representa um objeto específico, é utilizado para se referir à pessoa que deveria atender à chamada.

No caso da frase *O piano tocou uma melodia suave*, o termo *piano*, que representa um objeto específico, é utilizado para se referir ao músico que está tocando o instrumento. A metonímia objeto pelo usuário permite-nos comunicar a ideia de forma mais abrangente, sem a necessidade de mencionar o músico que está tocando, mas sim o instrumento em si e o som que ele produz.

A metonímia, como recurso cognitivo e linguístico, também pode ser usada para destacar a função ou o papel de um objeto em relação ao seu usuário, como em

³ A maior parte dos exemplos de metonímia foram extraídos com base no trabalho de Paiva, 2010.

O martelo ergueu a casa, o termo *martelo*, que representa um objeto específico utilizado na construção civil, é utilizado para se referir aos trabalhadores que o utilizam para erguer a casa. Já em *A caneta escreveu a história*, o termo *caneta*, que representa um objeto específico utilizado na escrita, é utilizado para se referir ao escritor que a utiliza para escrever a história, não só destacando a importância do trabalho intelectual na criação da história, mas também conferindo ênfase à ferramenta e à função que ela desempenha.

A relação metonímica seguinte, aquela em que utiliza o **controlador pelo controlado**, também contribui diretamente para a simplificação destacando a relação de poder ou autoridade entre um agente e seu objeto de controle, como é visto em Lakoff e Johnson (2002). Como em *A empresa lançou um novo produto, aqui, o termo empresa*, que representa um agente controlador com capacidade de produção e lançamento, é utilizado para se referir ao produto que foi lançado. Em *O time venceu a partida.*, por sua vez, o termo *time*, que representa um grupo de jogadores com objetivo de vitória, é utilizado para se referir ao resultado da partida, comunicando a ideia de forma mais abrangente, sem a necessidade de mencionar os detalhes da partida, mas sim o seu resultado final e a responsabilidade do time por tal placar, informações consideradas relevantes em termos comunicativos.

A relação metonímica **instituição pelos responsáveis** evita repetições e destaca a voz e as ações daqueles que representam uma instituição. Em *A escola cancelou as aulas devido ao mau tempo*, o termo *escola*, que é definido como estabelecimento de ensino, com origem no latim *schola,ae*⁴, que significa ócio dedicado a estudo, ocupação literária, lição, curso, lugar onde se ensina, é utilizado para se referir aos diretores, professores e demais gestores que tomam decisões em nome da instituição. Desse modo, ao recorrer à expressão metonímica, comunica-se a ideia de forma mais natural e fluida, sem a necessidade de indicar especificamente de quem foi a decisão de cancelar as aulas, deixando o entendimento de que foi a instituição como um todo. Em *O hospital está lotado de pacientes*, o termo *hospital*, que representa uma instituição de saúde, é utilizado para se referir aos médicos, enfermeiros e outros profissionais que trabalham na instituição.

Outro exemplo seria uma sentença como *A polícia prendeu os bandidos que assaltaram o banco*, em que o termo *polícia*, que representa uma instituição de

⁴ Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/escola>> . Acesso em 05 maio 2024.

segurança pública, é utilizado para se referir aos policiais que realizaram a prisão, nos permitindo destacar o papel dos policiais na luta contra o crime, conferindo ênfase à sua ação e à sua responsabilidade por manter a ordem pública. Observamos o mesmo fenômeno em *O juiz condenou o réu por assassinato.*, sentença em que o termo *juiz*, que representa uma instituição do sistema judicial, é utilizado para se referir à pessoa que proferiu a sentença de condenação, tanto destacando o papel do juiz na aplicação da lei, quanto conferindo ênfase à sua decisão e à sua responsabilidade de fazer justiça.

A metonímia **lugar pela instituição** destaca-se por sua capacidade de representar uma instituição através do local físico que a abriga. Lakoff e Johnson (p. 95, 2002), temos como exemplo as frases: *Vou ao hospital para visitar meu avô* e *A escola cancelou as aulas devido à chuva*, nas quais ambos os termos *hospital* e *escola* representam, respectivamente, a instituição de saúde e a instituição de ensino como um todo, sem a menção aos seus nomes oficiais.

Ao utilizar a metonímia *lugar pela instituição*, podemos destacar a função ou o papel da instituição em um determinado contexto. O local físico passa a representar as atividades, os serviços ou os valores da instituição, conferindo à expressão um caráter mais simbólico. Em *O congresso aprovou a lei que beneficia os trabalhadores*, o termo *congresso*, que representa o poder legislativo que tem a função de elaborar e aprovar leis, reforça e sintetiza o papel da instituição, facilitando a comunicação.

Lakoff e Johnson (2002) apresentam a metonímia **lugar pelo evento** nos casos em que a manifestação linguística ocorre por meio de referência a um local em que um evento foi realizado. Em *A França venceu a final da Copa do Mundo*, o termo *França* é utilizado para se referir à sua seleção de futebol que venceu o campeonato, sem necessidade de referência específica à seleção francesa ou ao local específico onde a final foi realizada. Em *A bolsa de valores caiu hoje*, a expressão *bolsa de valores*— local específico de negociação de ações —indica onde ocorreu a queda das cotações das ações, sem qualquer especificação quanto ao país da ocorrência. O mesmo acontece em *O teatro está lotado para a peça*, nesse caso, o termo *teatro*, que se define como um local destinado a apresentações artísticas, é utilizado para se referir à peça teatral que nele está sendo encenada, sem a menor necessidade de citar o nome da peça ou detalhes da apresentação, apenas o local propriamente dito e o tipo de evento que lá acontece.

A metonímia, como já mencionado, é mecanismo cognitivo que ocorre quando um termo é substituído por outro com o qual possui uma relação de **proximidade** ou **contiguidade**, seja espacial, temporal, causal ou de qualquer outro tipo.

No universo da metonímia, a **zona ativa** e o **ponto de referência** se revelam como conceitos fundamentais para a compreensão da metonímia. Segundo Cuenca e Hilferty (2007), a zona ativa é a parte do texto que introduz novos elementos ou desenvolve informações já mencionadas, enquanto o ponto de referência é o elemento que serve como base para a compreensão da zona ativa. Cuenca e Hilferty (2007) afirmam que a relação entre esses dois elementos é crucial para a construção de referências por meio da metonímia.

A **zona ativa** (ZA) refere-se à área de significado em torno de um conceito central. Dentro dessa zona, encontramos elementos que estão semanticamente relacionados ao conceito central e que podem ser evocados em diferentes contextos. Por exemplo, se falarmos sobre a *casa*, a Zona Ativa pode incluir objetos como móveis, utensílios domésticos, pessoas que vivem na casa, entre outros elementos associados ao conceito de *casa*.

Já o **ponto de referência** (PR) é o elemento central ao redor do qual a Zona Ativa se organiza. Ele serve como ponto focal que determina quais elementos estarão incluídos na zona ativa e como eles se relacionam entre si. Continuando com o exemplo da *casa*, o Ponto de Referência seria a própria casa em si, sendo o elemento principal que dá origem à Zona Ativa e estabelece conexões com os elementos circundantes.

Cuenca e Hilferty (2007) ressaltam que a zona ativa e o ponto de referência não são entidades fixas, mas sim dinâmicas e contextuais. A ativação de um ou outro elemento depende do contexto em que a metonímia é utilizada. Em alguns casos, a zona ativa pode ser mais proeminente, enquanto em outros o ponto de referência pode se destacar.

Para ilustrar essa dinamicidade, os autores apresentam o exemplo da frase *beber um copo d'água*. Aqui, a zona ativa é a ação de beber, e o ponto de referência é o recipiente *copo*. No entanto, em outro contexto, como *ganhar a taça*, a zona ativa muda para a conquista de um prêmio, e o ponto de referência *taça* se torna o símbolo dessa conquista.

A distinção entre ponto de referência e zona ativa fica mais clara no quadro 2, a seguir, traduzido de Cuenca e Hilferty (2007, p. 112):

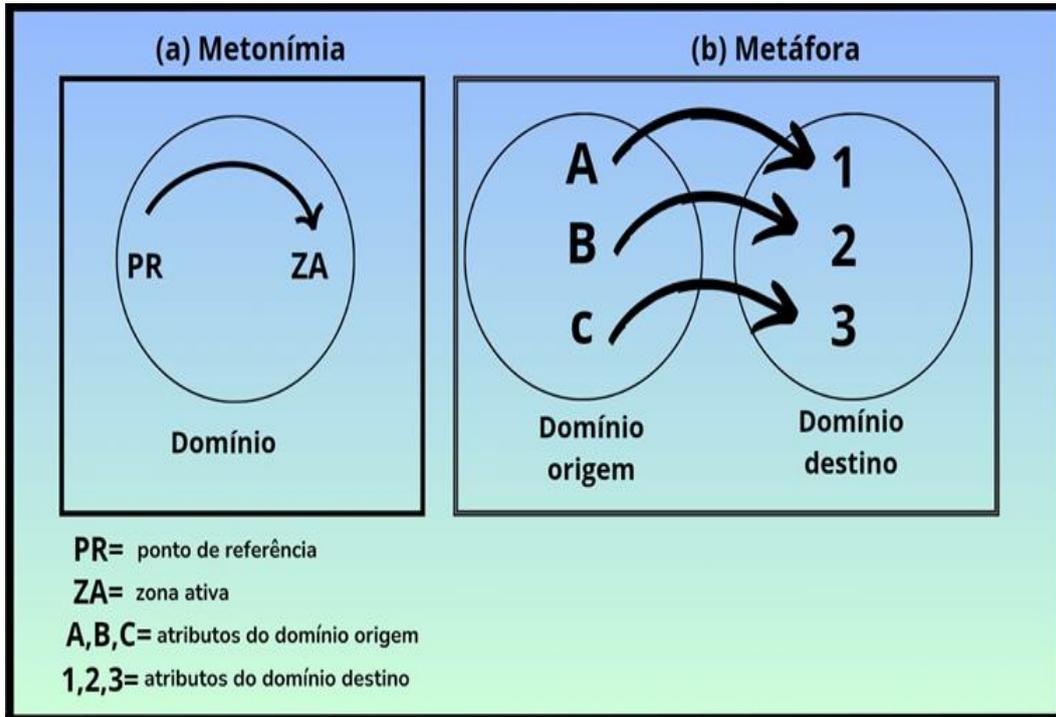
Quadro 2: relações metonímicas entre PR e ZA

PARTE PELO TODO <i>Um turbo diesel imbatível.</i>	PR = motor	ZA = carro
TUDO PELA PARTE <i>Lavar o carro uma vez por semana.</i>	PR = carro	ZA = o exterior do carro
CONTINENTE PELO CONTEÚDO <i>Ele bebeu três taças de vinho.</i>	PR = taça	ZA = líquido
MATERIAL PELO OBJETO <i>Segure aquele vidro com muito cuidado para não quebrar.</i>	PR = vidro	ZA = objeto
PRODUTOR PELO PRODUTO <i>Ele barbeou-se com gilette.</i>	PR = marca gilette	ZA = lâmina de barbear
LUGAR PELO EVENTO <i>O Brasil flerta com a ditadura.</i>	PR = Brasil	ZA = ditadura militar
LUGAR PELA INSTITUIÇÃO <i>Conversações entre o G7.</i>	PR = países	ZA = governos
INSTITUIÇÃO POR PESSOAS <i>A universidade abre cursos.</i>	PR = universidades	ZA = responsáveis
CAUSA PELO EFEITO <i>Consegui comprar a tv com meu suor</i>	PR = suor	ZA = trabalho

Fonte: Cuenca e Hilferty (1999, p. 112). Tradução nossa.

Embora sejam parecidas, a metáfora e a metonímia possuem diferenças. Como ressaltam Cuenca e Hilferty (2007), a metáfora opera numa relação entre dois domínios diferentes (o domínio de origem e o domínio do destino), enquanto a metonímia opera em um único domínio, realçando a relação entre o ponto de referência (PR) e a zona ativa (ZA), conforme a figura, a seguir, (Cuenca e Hilferty; 2007, p. 111):

Figura 3: Diferenças entre metonímia e metáfora



Fonte: Cuenca e Hilferty (2007, p. 111) traduzida para o português

Um conceito importante para o objetivo deste trabalho é o de metonímia visual. Lakoff e Johnson (2002, p. 97) dão como exemplo o símbolo do Espírito Santo do cristianismo, normalmente representado por uma pomba, tal como mostra a figura a seguir.

Figura 4: símbolo do Espírito Santo no Cristianismo



Fonte: <<https://www.dicionariodesimbolos.com.br/simbolos-espirito-santo/>> . Acesso: 22 abr. 2024.

Lakoff e Johnson (2002) discutem a simbologia associada à pomba como uma representação do Espírito Santo, ressaltando não apenas o significado dessa metonímia, mas também sua intrínseca ligação com conceitos culturais e teológicos. A pomba, segundo Lakoff e Johnson (2002), transcende sua mera existência física, sendo descrita como um símbolo de beleza, amor, gentileza e, acima de tudo, paz. Tais atributos não são atribuídos de forma arbitrária, mas estão enraizados na concepção cultural ocidental da pomba e na representação teológica do Espírito Santo. O fato de a nossa cultura conceber a pomba como dócil, bela e transmissora da paz explica a escolha dessa ave e não de outra para ser uma representação do Cristianismo.

Lakoff e Johnson (2002) ressaltam ainda que a pomba é retratada como uma criatura que voa com graça, deslizando silenciosamente, frequentemente sendo observada descendo dos céus para pousar. Sendo uma ave, seu habitat natural é o céu, o qual, simbolicamente, representa a eternidade, o domínio do Espírito Santo. Sua habilidade de voar com graciosidade e mover-se silenciosamente é associada à sua natureza pacífica e amorosa. A imagem da pomba descendo dos céus para pousar sobre as pessoas é uma representação poderosa que sugere uma conexão entre o divino e o humano, entre o transcendente e o terreno.

Essa metonímia simbólica da pomba como o Espírito Santo exemplifica como os sistemas conceituais presentes nas culturas e religiões são intrinsecamente metafóricos. As metáforas simbólicas, enraizadas em experiências cotidianas e físicas, desempenham um papel vital na compreensão dos conceitos religiosos e culturais, atuando como pontes entre a experiência comum e os sistemas metafóricos mais amplos que definem as diferentes tradições religiosas e culturais.

Portanto, a análise da simbologia da pomba como representação do Espírito Santo contribui para a reflexão sobre a riqueza e a complexidade das metonímias visuais e simbólicas, assim como sobre como essas conexões entre o físico e o metafórico enriquecem a compreensão do mundo e das crenças que moldam as visões de mundo. Isso pode ser visto em campanhas publicitárias contra a violência doméstica. A figura de um rosto triste anônimo, uma mão empunhada, uma mão aberta constituem metonímias visuais e simbólicas que merecem ser descritas e analisadas, porque, no texto, elas têm um função social: a de dirimir a violência, a de

desconstruir padrões e construir uma sociedade mais igualitária em termos de respeito e de gênero.

Ao explorarmos a metonímia em seus diversos aspectos, podemos observar como esse mecanismo cognitivo enriquece a comunicação, conferindo expressividade, concisão e força ao discurso. A metonímia permite-nos ir além do significado literal das palavras, convidando-nos a desvendar as relações de continuidade que permeiam a linguagem e o mundo que nos cerca.

Recentemente, há um crescente aprofundamento nos tropos visuais, especialmente na investigação das metáforas visuais e sua interação eventual com a metonímia. Este fenômeno tem sido examinado em diversas manifestações. A maioria desses estudos compartilha uma base cognitiva fundamental que sustenta a análise, considerando a metáfora como um modo intrínseco de pensar e interpretar o mundo, essencial para a cognição humana. Ao conectar a questão da imagem com uma abordagem cognitiva, abre-se um quadro conceitual que possibilita diversas consequências analíticas, enriquecendo a criação de metodologias para investigar os processos de construção de sentido das imagens.

As **metáforas visuais** são uma forma poderosa de comunicação que transcende as barreiras linguísticas. Utiliza-se elementos visuais para representar significados simbólicos ou conceituais. Por meio do uso de cores, formas, imagens e símbolos, as metáforas visuais possibilitam uma compreensão mais profunda e expressiva da mensagem transmitida. Ao explorar associações visuais entre conceitos abstratos e elementos concretos, as metáforas visuais desempenham um papel fundamental em diversas áreas, como design gráfico, publicidade, arte e comunicação visual, e também na linguística.

Nas palavras de Vereza (2007, p. 489),

Lakoff e Johnson ([1980 [2022], ao mostrarem, através de evidências linguísticas, a onipresença da metáfora até mesmo no discurso cotidiano, introduzem a sua revolucionária tese de que a metáfora não seria somente uma figura de linguagem, mas sim uma figura de pensamento, que subjaz não somente à linguagem como também a nossas ações.

Estudos sobre metáforas visuais têm revelado como a percepção visual e a interpretação de imagens podem ser influenciadas por associações culturais e contextuais. A capacidade das metáforas visuais de evocar emoções, transmitir ideias

complexas e estimular a reflexão torna essa forma de comunicação visual uma ferramenta versátil e impactante na transmissão de mensagens. Assim, as metáforas visuais desempenham um papel significativo na comunicação contemporânea, permitindo uma comunicação eficaz e envolvente através de elementos visuais simbólicos e criativos.

Na publicidade, as metáforas visuais são amplamente utilizadas para transmitir mensagens complexas de forma rápida e eficiente. Elas têm a capacidade de evocar emoções, construir narrativas e estabelecer conexões profundas com o público. Pesquisadores como Forceville (2005) e El Refaie (2003) têm explorado como essas metáforas são construídas e interpretadas, revelando as intrincadas maneiras pelas quais os significados são comunicados através de imagens.

Amouzadeh e Tavangar (2004), no entanto, lembram que a implicitude da metáfora visual permite abordar determinados temas tabus de um modo mais indireto e, com isso, evitar um confronto ideológico. Destacam, então, o modo como o suporte cultural e os aspectos ideológicos envolvidos na comunicação também se mostram componentes relevantes nas análises, mesmo que não se viva sob determinações rígidas de censura a imagens, visto que a ideologia do consumo também constitui um forte direcionamento para a constituição das mensagens publicitárias.

As **metonímias visuais** são como pequenos enigmas visuais que convidam os observadores a decifram significados ocultos por trás de elementos aparentemente simples. Uma imagem em que uma única chave é utilizada para representar a ideia de segredo ou mistério, ou um relógio marcando meia-noite para simbolizar o fim de algo, são exemplos de como elementos visuais podem ser empregados de forma metonímica, sugerindo conceitos mais amplos por meio de associações indiretas.

No mundo do design gráfico, da publicidade e da arte, as metonímias visuais são frequentemente utilizadas para comunicar mensagens de maneira eficaz e impactante. Ao selecionar cuidadosamente elementos visuais que evocam conceitos relacionados, os criadores visuais podem criar conexões sutis que enriquecem a experiência do espectador e estimulam a reflexão. Essa prática criativa permite que uma simples imagem transmita uma narrativa complexa, desafiando os observadores a explorarem camadas de significado além da superfície visual.

Todavia, as metonímias visuais não apenas enriquecem a comunicação visual, mas também convidam o público a participar ativamente da interpretação e da apreciação da arte visual. Ao explorarem as nuances e associações sugeridas por

elementos visuais aparentemente simples, os espectadores são levados a mergulharem em um mundo de significados simbólicos e conceituais, onde cada imagem conta uma história e cada detalhe revela uma camada adicional de compreensão. Pinheiro (2010) define a metonímia visual como

uma manifestação plástico-icônica de uma proposição metonímica baseada em um conceito do tipo “ENTIDADE VEÍCULO A CONDUZ À ENTIDADE ALVO B”, no qual a entidade-veículo funciona como um ponto de referência que dá acesso à entidade-alvo baseada em algum tipo de contigüidade ou relação parte/todo estabelecida entre elas. Deste modo, ambas as entidades devem pertencer a uma mesma estrutura conceitual e pelo menos uma delas precisa estar correlacionada a uma imagem ou ser representada visualmente, podendo a outra se manifestar também visualmente, verbalmente ou nem mesmo existir, sendo recuperável apenas pelo contexto num processo de implicações (Pinheiro, 2010, p. 12).

Esta definição de metonímia visual ressalta a complexidade e a sutileza dessa temática. Os produtores de texto, ao utilizarem imagens para representar conceitos relacionados, eles contribuem para que a metonímia visual se torne uma ferramenta poderosa na comunicação, especialmente em contextos em que a linguagem verbal pode ser insuficiente ou inadequada. A capacidade de inferir significados a partir de uma referência visual é fundamental para a interpretação de mensagens publicitárias, artísticas e culturais. Além disso, a metonímia visual permite uma comunicação indireta e muitas vezes mais impactante, já que se apoia na capacidade do observador de estabelecer conexões e preencher lacunas contextuais, enriquecendo assim a experiência interpretativa.

Assim, percebe-se que as metonímias visuais são eficazes em condensar informações complexas em uma única imagem, aproveitando associações culturais e contextuais para comunicar significados de maneira clara e direta. Pesquisas, como as de Urios-Aparisi (2009) e Koller (2009), investigam como essas metonímias são usadas em diferentes formas de mídia visual, desde a publicidade até a identidade visual corporativa, destacando sua importância na construção de mensagens persuasivas e informativas.

CAPÍTULO 2 VIOLÊNCIA DOMÉSTICA

Neste capítulo, será apresentada uma reflexão teórica sobre as estruturas de poder que estão por trás da violência doméstica e familiar contra a mulher, que, conforme o art. 5º da Lei Maria da Penha, é “qualquer ação ou omissão baseada no gênero que lhe cause morte, lesão, sofrimento físico, sexual ou psicológico e dano moral ou patrimonial”. Além disso, serão discutidos temas concernentes às premissas associadas à dominação masculina e contribuições histórico-socioculturais e legais que se mostram relevantes no combate a esse tipo de violência.

2.1 Estruturas de poder presentes na violência doméstica

A violência doméstica é uma manifestação complexa que extrapola suas dimensões psicológicas e emocionais, estando enraizada em estruturas de poder, dentre as quais se destacam **a cultura patriarcal, o sexismo e a discriminação de gênero, bem como a estrutura econômica**, que, por sua relevância, serão discutidos nesta seção. A violência doméstica envolve agressões de qualquer espécie no âmbito da família: pais que agredem filhos; filhos que agredem pais; netos que agredem avós; irmãos que agredem irmãos e o mais recorrente tipo de agressão que é o marido/companheiro que agride a esposa/companheira. Por vezes, nesta dissertação, trataremos do caso mais corriqueiro de violência doméstica: a Violência Doméstica Contra a Mulher (durante VDCM).

A primeira estrutura de poder por trás da violência doméstica é **a cultura patriarcal** que, em muitas sociedades, atribui maior ou absoluto poder e autoridade aos homens, o que resulta inexoravelmente/inevitavelmente em relações assimétricas de poder que se tornam abusivas dentro do ambiente doméstico. Desse modo, o patriarcado assegura a perpetuação da ideia de que os homens têm absoluto controle, em especial no âmbito doméstico e familiar, sobre as mulheres e demais membros da família, legitimando a violência como forma de manter essa autoridade.

Marijo e Figueira *et al.* (2020) afirmam que o homem faz uso de estratégias de violência para que a mulher possa agir da forma que ele deseja, tornando-a submissa, limitando suas condutas, atividades e movimentações, e, assim, modelando sua subjetividade.

Marijo e Figueira *et al.* (2020) mostram também como violência de gênero, (Violência Doméstica Contra a Mulher - VDCM) reflete os desequilíbrios no exercício de poder no âmbito das relações entre parceiros afetivos, nas quais muitos dos homens incorporam o papel de dominador e as mulheres, em sua maioria, o de oprimidas, muitas vezes sem sequer se aperceber disso/se dar conta notar isso.

Dessa forma, como vítimas dessa violência doméstica e familiar, muitas mulheres acabam sendo manipuladas e agredidas por seus (ex)cônjuges/parceiros, revelando, assim, a prevalência do papel do homem sobre o da mulher na sociedade patriarcal ao longo do tempo e na contemporaneidade, apesar de alguns avanços já alcançados.

Outra manifestação da violência doméstica reside na prática de **sexismo e discriminação de gênero**. Os termos *sexismo* e *misoginia* são utilizados para descrever a perpetuação de atitudes discriminatórias e estereotipadas em relação às mulheres, atitudes essas que desempenham um papel central na dinâmica da violência doméstica, fenômeno que é exacerbado pela desproporcional incidência de mulheres como alvo de tal violência.

Marijo e Figueira *et al.*(2020) defendem que a violência de gênero é constitutiva das relações conjugais e socialmente aceitáveis, uma vez que os homens acreditam que as mulheres lhes devem obediência. Entretanto, para que haja relações de poder, deve coexistir a possibilidade de resistência, o desejo de luta, mesmo que ainda restritos ao imaginário da mulher vítima de violência.

Dessa forma, a discrepância de poder entre os gêneros, aliada aos estereótipos, contribui para a manutenção desse ciclo de violência e obstaculiza o acesso das vítimas a recursos e suporte contra a agressão.

Pinange (2023) discorre que, durante os períodos de isolamento social, os agressores conseguiram controlar melhor as vítimas por saberem exatamente onde elas estavam o tempo todo. Esse aspecto de hipervigilância faz parte do perfil de muitos agressores que, por sua vez, necessitam exercer controle coercitivo intenso sobre suas companheiras.

Outro fator que tanto acarreta a violência doméstica quanto contribui para sua expansão e agravamento é a **estrutura econômica**. As desigualdades econômicas podem criar dinâmicas de poder na violência doméstica., tendo em vista que, quando uma pessoa exerce controle financeiro sobre outra, pode usar essa vantagem econômica a seu favor no intuito de controlar a vítima e assegurar o domínio na

relação. Isso pode incluir reter acesso a recursos financeiros, impedir o emprego ou a educação, assim como criar dependência econômica sobre ela.

Pinange (2023) discorre que a dependência econômica do parceiro, o desemprego, os filhos e a dificuldade no acesso aos serviços de apoio e proteção são outros fatores importantes a serem considerados quando analisados os motivos que contribuem para que a mulher seja inserida e permaneça no ciclo da violência, independentemente de sua vontade.

2.2 As contribuições da lei e da sociedade contra a violência doméstica

A violência doméstica configura-se como um problema social multifacetado, que exige respostas contundentes e abrangentes. A violência é considerada como qualquer prática de agressão ou negligência à pessoa que pode provocar danos psicológicos, físicos ou sexuais, contendo ameaças, coerção ou privação arbitrária de liberdade, tanto em ambiente público como em privado (Silvia, 2020).

Ao longo de 2022, de acordo com pesquisa realizada pelo jornal Folha de São Paulo (2023), cerca de 50 mil brasileiras, com 16 anos ou mais, sofreram algum tipo de violência. A Lei Maria da Penha (Lei 11.340/2006), já mencionada, foi sancionada, em 7 de agosto de 2006, para combater a violência contra a mulher, emerge como marco histórico na luta pela efetiva proteção das mulheres em situação de violência, estabelecendo medidas amplas de amparo e combatendo a cultura do silêncio e da impunidade. No entanto, a erradicação desse mal exige mais do que leis robustas, pois requer a imprescindível atuação da sociedade civil na construção de uma cultura de respeito e igualdade.

A promulgação da Lei Maria da Penha, naquele ano, representou um divisor de águas no enfrentamento da violência doméstica no Brasil. Reconhecendo a gravidade e a especificidade desse tipo de violência, a lei tipifica cinco formas de agressão: física, psicológica, sexual, patrimonial e moral, e abrange um espectro amplo de violações de direitos. Além disso, essa lei estabelece medidas protetivas para as vítimas, tais como: a separação do agressor do lar, a medida cautelar de afastamento, a prisão em flagrante e a proibição de contato.

Um dos principais avanços da Lei Maria da Penha reside na criação de mecanismos especializados para o atendimento às mulheres em situação de violência, dentre os quais se destacam sobremaneira as Delegacias Especializadas

de Atendimento à Mulher (DEAMs) e os Juizados de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher, serviços especializados que garantem acolhimento humanizado e acompanhamento psicossocial, jurídico e médico às vítimas, contribuindo para a sua segurança e autonomia.

Segundo Alves (2021), existe uma quantidade ínfima de Delegacias de Mulher no Brasil, representando um obstáculo significativo para a realização de denúncias de casos de violência doméstica e familiar contra a mulher. Embora a Lei Maria da Penha tenha se mostrado um instrumento fundamental na proteção das mulheres, o combate à violência doméstica exige um esforço conjunto que transcende a esfera legal. A sociedade civil, em suas diversas formas, assume um papel crucial nesse processo, promovendo campanhas de conscientização, ações educativas e iniciativas de apoio às vítimas.

Campanhas de conscientização são ferramentas essenciais para romper o ciclo de silêncio e constranger a violência doméstica. Através da divulgação de informações sobre a lei, tipos de violência, canais de atendimento e centrais de denúncias, essas campanhas contribuem para desmistificar crenças errôneas, empoderar as mulheres e estimular a busca por ajuda.

A erradicação da violência doméstica exige um compromisso coletivo que abarque setores diversos da sociedade. A Lei Maria da Penha configura-se como um marco histórico na luta por um futuro livre desse tipo de violência, mas sua efetividade depende da atuação conjunta do Estado e da sociedade civil. Como decorrência da implementação rigorosa da lei, da promoção de campanhas de conscientização, da realização de ações educativas e do apoio às vítimas por parte das organizações da sociedade civil, torna-se possível construir uma sociedade mais justa e igualitária, na qual a violência doméstica não tenha lugar. É isso que instituições públicas e a sociedade civil se esforçaram para fazer durante a pandemia e têm procurado fazer até os dias atuais.

Embora a Lei Maria da Penha já tenha contribuído significativamente para o combate à violência doméstica e familiar contra a mulher no Brasil, ainda há um longo caminho a ser percorrido. Com base na análise do cenário atual, é possível depreender que o desafio reside na efetiva implementação da lei, na garantia do acesso universal aos serviços especializados, assim como na construção de uma cultura de respeito e igualdade de gênero. Somente com a união de esforços do Estado e da sociedade civil será possível construir um futuro livre da violência

doméstica e familiar contra a mulher, em que todas as suas vítimas possam viver com segurança, autonomia e dignidade.

Outras leis, anteriores ou posteriores à Lei Maria da Penha, também têm importante papel no combate à violência doméstica e familiar contra a mulher. Conforme informações da Ong Unodc (United Nations Office on Drugs and Crime)⁵, tais leis são as seguintes:

Uma das legislações importantes que antecederam a Lei Maria da Penha foi a Lei 9.099/1995, que estabeleceu os Juizados Especiais Criminais com o objetivo de agilizar o processo de julgamento de crimes de menor potencial ofensivo, incluindo os casos de violência doméstica, propiciando significativo avanço na busca por uma justiça mais célere e eficaz para as vítimas.

Outra lei relevante que contribuiu para o combate à violência doméstica e familiar contra a mulher foi a Lei 10.886/2004, que alterou o Código Penal para aumentar as penas nos casos de lesão corporal praticada no âmbito doméstico. Essa legislação buscou coibir a impunidade e garantir uma punição mais rigorosa para os agressores, fortalecendo a proteção das vítimas.

Leis posteriores à Lei Maria da Penha também trouxeram avanços significativos no enfrentamento da violência de gênero. A Lei do Feminicídio (Lei 13.104/2015) foi um marco importante ao tipificar o feminicídio como circunstância qualificadora do crime de homicídio, reconhecendo a violência baseada no gênero como um crime específico que merece atenção especial.

Outra legislação relevante é a Lei do Minuto Seguinte (Lei 12.845/2013), que garante atendimento imediato e integral às vítimas de violência sexual pelo Sistema Único de Saúde (SUS). Essa lei assegura que as vítimas recebam assistência médica, psicológica e social de forma rápida e eficaz, contribuindo para a proteção e o acolhimento das mulheres em situações de violência.

Todas essas leis, juntamente com a Lei Maria da Penha, formam um arcabouço jurídico essencial para o enfrentamento da violência doméstica no Brasil. Elas representam o compromisso do Estado em proteger os direitos das mulheres e garantir que a violência de gênero seja combatida de forma efetiva e abrangente. É fundamental que essas legislações sejam aplicadas de maneira eficaz e que os

⁵ Disponível em: <<https://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/frontpage/2021/04/conheca-as-leis-e-os-servicos-que-protegem-as-mulheres-vitimas-de-violencia-de-genero.html>>

serviços de apoio e proteção às vítimas sejam fortalecidos, para que as mulheres em situação de violência sintam-se amparadas e seguras em buscar ajuda e justiça.

2.3 Reflexão geral sobre a violência doméstica durante a pandemia do novo coronavírus

A pandemia do novo coronavírus não se limitou apenas a um problema de saúde pública, mas também expôs e agravou diversas mazelas sociais, entre elas a violência doméstica e familiar contra a mulher. Dessa forma, por conta do aumento dos episódios em decorrência do isolamento social, criou-se um ambiente promissor para a intensificação do combate a essa grave violação dos direitos humanos.

Em primeiro lugar, é crucial reconhecer que a pandemia acabou por aumentar não só a incidência, mas também o espectro e a gravidade dos fatores de risco já presentes em alguns lares. Desse modo, o aumento do estresse, da ansiedade e da incerteza econômica gerou um clima tenso, propício a conflitos familiares e à exacerbação de dinâmicas de poder antigas entre parceiros e membros da família.

Pinange (2023) afirma que uma das medidas preventivas para conter a pandemia do Covid-19 foi o isolamento social, e, com isso, as famílias tiveram que permanecer em casa. Essa nova realidade das mulheres vítimas de violências diversas dentro dos seus lares, por parte de seus cônjuges/parceiros, agravou-se por conta desse maior período de confinamento na companhia de seus agressores, situação normalmente atípica no ambiente doméstico.

Pinange (2023) discorre que a pandemia de Covid-19 colocou em evidência inúmeras crises de saúde pública em andamento e, em especial, a violência doméstica e familiar contra a mulher sem que se possa negar que se instalou uma dupla pandemia para as mulheres.

Diante desse cenário de agravamento e aumento dos casos de violência doméstica e familiar contra a mulher, essa dupla pandemia demonstrou que a mulher enfrentava não só o vírus desconhecido e os riscos por ele impostos, mas também os perigos decorrentes de uma crise adicional relacionada à violência doméstica que acontecia na sua própria casa durante o isolamento social.

A respeito do aumento alarmante desse tipo de violência durante o isolamento social do coronavírus, com base nos dados do Brasil (2020), Pinange (2023) afirma que a incidência foi maior no mês de abril, período em que todos os estados já tinham

adotado medidas de isolamento social. Nesse período, observou-se um crescimento de 37,6% no número de denúncias quando comparado ao mesmo período de 2019.

Apesar desse registro de aumento de violência e familiar contra a mulher como já mencionado, houve também outro fator que fez com que as mulheres não chegassem a denunciar o fato de que muitas mulheres não conseguiam sair da sua própria casa para fazer a denúncia por conta tanto do isolamento social quanto do medo das ameaças feitas por seus agressores, também confinados. Sendo assim, a convivência íntima e contínua da mulher em situação de violência doméstica e familiar com o agressor durante as 24 horas do seu dia intensificou os conflitos e as situações de violência, tornando a fuga ou o pedido de auxílio extremamente desafiador.

CAPÍTULO 3

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Este capítulo tem o objetivo de descrever os procedimentos metodológicos da pesquisa, por meio inicialmente, da identificação do problema e da caracterização da pesquisa. Posteriormente, tratamos do *corpus* de análise e da geração dos dados. Por fim, tratamos das etapas em que a pesquisa está dividida.

3.1 O problema e a caracterização da pesquisa

A humanidade, dispondo de suas habilidades, busca conhecer o mundo e desenvolve conjuntos de ideias com base nas quais questiona e investiga elementos do mundo em que se insere. Assim sendo, é por meio desses processos de busca de conhecimentos que são obtidas informações precípuas, inclusive à sua sobrevivência, segundo afirma Gil (2008). Com base, pois, na necessidade de aquisição de conhecimentos é que se desenvolve a ciência, fundamental para o progresso do País.

A ciência, para Gil (2008), tem como objetivo chegar à verdade dos fatos. É estruturada por pesquisas que, segundo Cervo e Bervian (2002), são processos que buscam soluções sérias, com métodos adequados para o problema que enfrenta ou para esclarecimentos de variados pressupostos. Uma pesquisa científica pode ser classificada de diferentes modos e, segundo Fachin (2006), para que seja assim considerada torna-se necessário identificar técnicas e articular métodos que possibilitem chegar aos conhecimentos dos fatos.

Ainda segundo essa concepção, Córdova (2009) assevera que o método científico é o saber produzido com base no raciocínio lógico, interligado às práticas de investigação e observação que envolvem técnicas sistemáticas, fornecendo dados confiáveis sobre fatos e fenômenos presentes, futuros e ou hipóteses do passado, propiciando à humanidade intervenções sobre esses.

Com base nessa aceção, é que se pode ampliar o conhecimento acerca dos elementos que compõem a vida humana, para capacitar profissionais de diversas áreas, a fim de aprimorar suas habilidades, tornando importante o fortalecimento e prosseguimento de investigações, para respostas aos mais variados

questionamentos. Nesse sentido, para execução desta pesquisa, adotaremos estes passos metodológicos:

A pergunta-problema que rege a pesquisa é: Qual é o papel da metáfora em campanhas publicitárias sobre violência doméstica durante a pandemia? Para responder à pergunta-problema e consolidar os objetivos propostos, a pesquisa dispõe de uma revisão da literatura que abrange um método qualitativo descritivo. Minayo (2008, p. 34) afirma que a pesquisa qualitativa trabalha o mundo dos significados, como “[...] todos os fenômenos humanos que fazem parte de um contexto social de uma realidade partilhada interação”, e permite a compreensão de alguns fenômenos em diversos contextos.

Para o desenvolvimento desta pesquisa descritiva e qualitativa, foi necessário usar como procedimento técnico a pesquisa bibliográfica, sobretudo no que se refere aos pressupostos da Teoria da Metáfora Conceptual (TMC), de Lakoff e Johnson ([1980] 2002,1999). Para o alcance dos objetivos, aqui será estabelecido cumprimento, em etapas diversas, de procedimentos metodológicos que incluem, dentre outros descritos a seguir, leitura criteriosa e aprofundamento teórico.

3.2. O *corpus* da pesquisa: geração e análise dos dados

O material que compõe o *corpus* desta pesquisa são textos no formato de notícia e de propagandas institucionais, incluindo textos não verbais, que tratam da violência doméstica constatada durante a pandemia do novo coronavírus.

Os critérios de seleção dos textos foram os seguintes:

- 1) a temática necessariamente precisaria abordar a relação pandemia e violência doméstica;
- 2) tanto notícias quanto propagandas institucionais, ambas compostas (ou não) por textos não verbais, estariam dentro do escopo do trabalho;
- 3) os textos deveriam conter expressões metafóricas e metonímicas conceituais.

A relação entre violência doméstica e familiar contra a mulher e pandemia justifica-se pelo fato de que a temática da violência já vem sendo pesquisada na Universidade Federal do Maranhão. Já a pandemia foi o fato histórico cujo período de controle e declínio, no primeiro semestre de 2022, coincidiu com o início do Mestrado em Letras na Universidade Federal do Maranhão, no qual o pesquisador ingressou.

Como a linguagem é também acontecimento, viu-se na relação entre violência e pandemia um recorte de pesquisa produtivo, necessário e fértil para se encontrar respostas para indagações científicas.

No que se refere aos critérios de análise, os seguintes aspectos foram considerados:

- a) convergências entre o texto verbal e não verbal;
- b) concepção de violência doméstica presente expressões metafóricas e metonímias encontradas;
- b) ícones simbólicos que remetem à pandemia, à violência, à mulher ;
- d) as possíveis funções textuais, retóricas, discursivas das metáforas e metonímias presentes nos textos;
- c) os possíveis efeitos que o uso de metáforas e metonímias poderia provocar no leitor.

3.3 Os passos da pesquisa

A pesquisa demandou uma série de passos sistemáticos e em ordem previamente organizada para que houvesse uma efetivação satisfatória. Alguns desses passos são já pressupostos de qualquer pesquisa científica e outros específicos da pesquisa aqui empreendida.

No primeiro momento, então, foram realizados estudos teóricos, produção de fichamentos e resumos sobre linguística cognitiva, metáfora conceitual, metonímia conceitual, assim como sobre violência doméstica e pandemia. Essa etapa é comum a todo e qualquer tipo de pesquisa.

No segundo momento, utilizamos o buscador do *Google* para encontrar textos por meio das palavras-chave VIOLÊNCIA DOMÉSTICA e PANDEMIA. Nessa busca, foram descartados artigos científicos de pesquisas já realizadas sobre o tema e selecionados textos de diferentes organizações sociais, políticas e judiciárias: 1) jornais; 2) agências que atuam contra a violência (ONU e outras); 3) Câmara dos Deputados; 4) Secretarias de desenvolvimento social; 4) JusBrasil; 5) Ipea; 6) Politize; 7) Conselho Nacional de Justiça (CNJ); 8) Agência Brasil; 9) G1; 10) Portal da FioCruz.

No terceiro momento, os textos de todos esses *sites* foram lidos e passaram por uma seleção, conforme os critérios descritos anteriormente. Copiamos os links e

também os textos em um arquivo à parte, intitulado *Corpus da pesquisa*. A seguir, apresentamos alguns links dos textos selecionados para a pesquisa:

Quadro 3: corpus de análise da pesquisa

TÍTULO DO TEXTO	DISPONÍVEL EM:
1) SINAL VERMELHO CONTRA A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA	https://www.cnj.jus.br/programas-e-acoes/violencia-contr-a-mulher/campanha-sinal-vermelho/
2) VIOLÊNCIA DOMÉSTICA NA PANDEMIA	https://www.politize.com.br/violencia-domestica-pandemia/
3) MANIFESTAÇÃO NA AVENIDA PAULISTA, NOVEMBRO/2020S	https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/11/23/com-restricoes-da-pandemia-aumento-da-violencia-contr-a-mulher-e-fenomeno-mundial.ghtml
4) VIOLÊNCIA DOMÉSTICA EM TEMPOS DE PANDEMIA	https://www.sejus.df.gov.br/wp-content/uploads/2021/01/violencia-domestica-em-tempos-de-pandemia.pdf
5) PREFEITURA LANÇA PACOTE DE MEDIDAS DE COMBATE À VIOLÊNCIA DOMÉSTICA NA PANDEMIA	https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/pessoa_com_deficiencia/noticias/?p=298832
6) VIOLÊNCIA FÍSICA E SEXUAL CONTRA MULHERES AUMENTA DURANTE ISOLAMENTO SOCIAL PROVOCADO PELO CORONAVÍRUS	https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/19/violencia-fisica-e-sexual-contr-mulheres-aumenta-durante-isolamento-social-provocado-pelo-coronavirus.ghtml
7) COVID-19 E VIOLÊNCIA DOMÉSTICA: AGRESSÃO EM DOSE DUPLA	https://www.uninter.com/noticias/covid-19-e-violencia-domestica-agressao-em-dose-dupla
8) MT: DEFENSORIA PÚBLICA LANÇA CAMPANHA DE COMBATE À VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER DURANTE PANDEMIA	https://www.anadep.org.br/wtk/pagina/materia?id=44640
9) UM VÍRUS E DUAS GUERRAS	https://ponte.org/mulheres-enfrentam-em-casa-a-violencia-domestica-e-a-pandemia-da-covid-19/

10) CASOS DE FEMINICÍDIO CRESCEM 22% EM 12 ESTADOS DURANTE PANDEMIA	https://vermelho.org.br/2020/06/02/casos-de-feminicidio-crescem-22-em-12-estados-durante-pandemia/
---	---

Fonte: elaboração do autor

No **quarto momento** da pesquisa, foram selecionadas metáforas e metonímias conceituais, tanto verbais quanto não verbais, e analisados com base nos os critérios anteriormente.

Por fim, no **quinto momento**, procedeu-se à escrita da dissertação confrontando-se os aspectos teóricos com os aspectos observados no material empírico selecionado como *corpus*.

CAPÍTULO 4

ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS

Este capítulo tem o objetivo de fazer a análise e a discussão dos dados coletados para a pesquisa. Nele, são analisadas as expressões metafóricas e metonímias presentes em notícias publicitárias sobre a violência doméstica publicados durante a pandemia e os possíveis efeitos desses textos para a alteração das práticas sociais.

4.1 Campanha publicitária como manifestação do gênero propaganda

Propaganda é um tipo específico de comunicação que tem como objetivo principal a persuasão para convencer um público alvo. Em vista disso, a publicidade emprega diversas estratégias, tanto visuais quanto as retóricas, tais como as metáforas e metonímias.

Dessa forma, a publicidade fortalece ainda mais as suas mensagens, lançando, assim, uma ideia de forma planejada e cuidadosa para alcançar objetivos específicos, em combinação com elementos visuais e verbais para aumentar seu impacto, conformando a mensagem aos interesses, necessidades e valores do interlocutor.

Dito isso, pode-se compreender que a propaganda, especialmente a institucional, desempenha um papel fundamental na sociedade, pois ela procura alterar valores culturais nocivos a determinados grupos e à população no geral, atitudes e comportamentos. Além disso, a propaganda é considerada uma ferramenta poderosa para a educação. Em geral, as áreas da Linguística, da comunicação, do *marketing*, da psicologia, da sociologia são as que mais desenvolvem estudos sobre o gênero propaganda.

Os estudos sobre propaganda favorecem uma análise de como as mensagens são percebidas e construídas, e perceber quais estratégias são mais eficazes para afetar diretamente a cultura e o comportamento do público.

Assim como já foi mencionado, o gênero propaganda refere-se a um estilo de comunicação persuasivo que emprega uma variedade de técnicas retóricas e visuais para influenciar o público. Este gênero é crucial para o marketing, para a economia e,

no caso da propaganda institucional, para a promoção de transformações sociais positivas.

4.2 Campanha do Conselho Nacional de Justiça

No decorrer da pandemia, como houve aumento da violência doméstica, algumas campanhas publicitárias de órgãos oficiais, como o CNJ (Conselho Nacional de Justiça) foram lançadas. O primeiro texto que analisamos nesta investigação é uma campanha do CNJ, na qual aparece a seguinte imagem inicial:

Figura 5: campanha CNJ contra violência doméstica



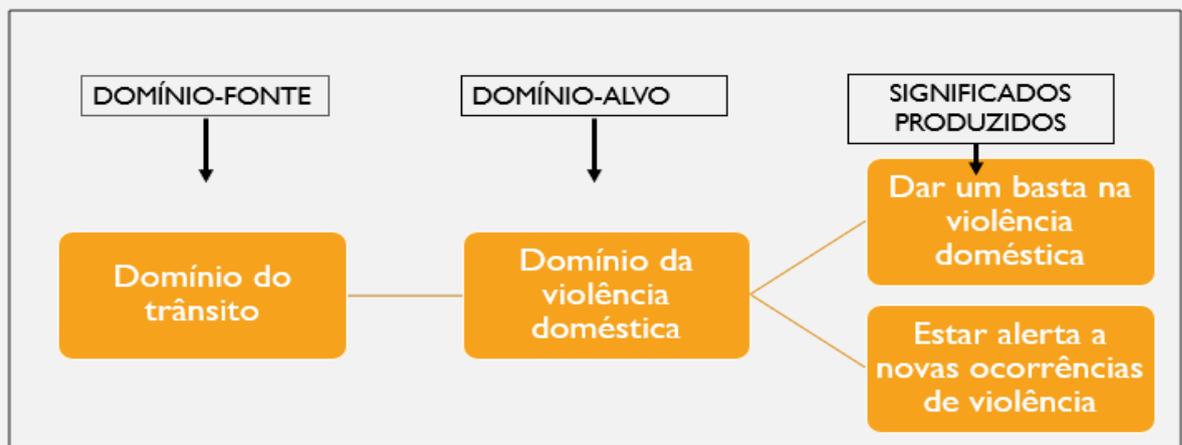
Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/programas-e-acoes/violencia-contr-a-mulher/campanha-sinal-vermelho/>. Acesso: 18 mar. 2023.

O texto que abre a campanha mostra, sob um fundo negro, o seguinte texto verbal *Sinal vermelho contra a violência doméstica* à esquerda da imagem, com diferença de cor na palavra *vermelho*. Do lado direito, observa-se a figura de uma mão feminina em que há um X vermelho, também na cor vermelha.

No que se refere ao uso da metáfora conceitual neste texto, a expressão *sinal vermelho* remete ao sinal de trânsito que seleciona cores para que motoristas e pedestres realizem ações. No contexto do trânsito, o vermelho indica *proibição*; o amarelo indica *atenção* e o sinal verde significa *seguir em frente*. No texto, a expressão *sinal vermelho* deslocou-se, então, do domínio discursivo do *trânsito* para o domínio discursivo da violência doméstica. Nesse caso, há o uso de metáfora, devido a esse deslocamento discursivo. A metáfora, contudo, não se limita a esse deslocamento primário, uma vez que, no texto, *sinal vermelho* significa *dar um basta*

na *violência doméstica*, especialmente, na violência contra a mulher. Sabe-se que a violência doméstica ainda continua, mas o objetivo da campanha é incisivo e pontual. A expressão *sinal vermelho* pode indicar também *estar alerta contra esse problema social que pode continuar a ocorrer*. Isso pode ser comprovado pelo fundo amarelo em que o texto verbal se assenta. Esquemáticamente, teríamos a seguinte produção de significado.

Figura 6: esquema da produção metafórica na imagem



Fonte: elaboração do autor

Na campanha do Conselho Nacional de Justiça, também pode ser observada a metonímia. Observando-se a imagem, percebe-se que o texto verbal aponta para a *violência doméstica* de maneira geral. O texto não verbal, contudo, mostra *uma mulher* como representante-símbolo da maior parte das vítimas da violência doméstica. Nesse sentido, o todo está na expressão *violência doméstica* e a parte está na imagem da *mulher*, que, nesse caso, constitui metonímia em que se usa a parte no lugar do todo.

A metonímia é, assim, usada frequentemente em discursos em que é necessário destacar um problema, torná-lo visível e, portanto, enfatizar a extensão de um ou de outro aspecto.

Além desses aspectos analisados, a mão feminina com o X também não é aleatória. O X é um sinal gráfico, está feito de vermelho e, nesse contexto, significa *proibição*. Tal sinal é revelador da estratégia da campanha, que consiste em a mulher desenhar na palma da mão, em um papel ou em algum outro lugar o X como forma de pedir ajuda no caso de ter sido vítima de violência doméstica. *Sinal vermelho*, então, possui duas significações:

1. **uma literal:** que é o próprio sinal vermelho desenhado na mão.
2. **uma metafórica:** que é o pedido de socorro, de ajuda / proibição / basta.

A campanha do CNJ ganhou bastante repercussão e foi de bastante sucesso que alguns homens, normalmente autores de episódios de violência doméstica, aderiram à campanha. A figura X, a seguir mostra isso:

Figura 7: *ampliação da campanha*



Disponível em: <<https://www.cnj.jus.br/programas-e-acoes/violencia-contra-a-mulher/campanha-sinal-vermelho/>>. Acesso: 18 mar. 2024.

Na figura 7, a campanha *Sinal Vermelho contra a violência doméstica* utiliza uma linguagem verbal e não verbal para transmitir sua mensagem. Na figura, a mão apresentada na campanha é de uma figura masculina. O X vermelho é um convite a outros homens a abandonarem a violência doméstica como forma de *quebrar o ciclo* desse inconveniente social, o que provoca o efeito de oferecer apoio às vítimas.

A imagem apresenta uma frase reflexiva que diz *Quebrar o ciclo da violência doméstica é coisa de homem*. A mensagem faz alusão à expressão *coisa de homem*, culturalmente compartilhada no Brasil. Tal expressão revela o sexismo vivido na sociedade em que existem tarefas e ações ‘próprias’ para homens e tarefas e ações ‘próprias’ para mulheres. Ao se dizer que *quebrar o ciclo da violência doméstica é coisa de homem*, a campanha desconstrói a ideia de sexismo e revela que a responsabilidade do homem não é praticar o crime da violência doméstica, mas a ajudar a combatê-la.

Nesse sentido, evidencia-se que o texto aborda a utilização metafórica do verbo *quebrar* e suas implicações na representação simbólica da violência de gênero. No entanto, a metáfora foi empregada transcendendo o sentido literal do verbo, o qual remete à ação de fragmentar algo, em especial vidro.

A propaganda cria o efeito de que os homens precisam se conscientizar da violência doméstica, reconhecendo seus diferentes tipos (física, psicológica, sexual, patrimonial) e seus impactos devastadores nas vítimas. Assim, a responsabilidade por combater a violência doméstica não recai apenas sobre as mulheres, mas sim sobre os homens, que precisam assumir seu papel ativo na luta por um futuro livre de violência, culturalmente praticada por eles. Portanto, é propósito da campanha promover a educação masculina para relações saudáveis, baseadas no respeito mútuo, igualdade e empatia através da campanha promovida pelo CNJ.

No que se refere à metáfora, o X vermelho metafórico ganha agora nova significação. O "X" exibido pelo homem tem um significado simbólico e poderoso, já que representa uma manifestação de resistência contra a violência. Dessa forma, o gesto pode ser interpretado como um ato de coragem e determinação para interromper o ciclo de violência doméstica. Partindo dessa campanha, o gesto de exibir um "X" simboliza uma mensagem de "basta", o fim da violência e a quebra do ciclo de abuso pelo próprio homem ou homens do mundo todo.

Diante do exposto, essa representação visual é frequentemente associada a movimentos da conscientização e do protesto, em que indivíduos, especialmente o homem na campanha, demonstra solidariedade com as vítimas de violência doméstica e se compromete a ser parte da solução para acabar com esse problema. Dessa forma, o gesto é interpretado como um chamado à ação, para interromper a violência e promover relacionamentos saudáveis e respeitosos entre o homem e a mulher. Nessa campanha, o homem está demonstrando seu apoio à mudança cultural e social necessária para criar comunidades livres de violência. A mão funciona como uma metonímia. É uma parte do corpo humano, mas que representa todo o corpo do homem envolvido na causa. A mão aberta com um "X" é, ao mesmo tempo, metonímica e metafórica, porque a mão aberta pode abstratamente ser interpretada como "apoio". O "X", como já dito, indica o "basta". O efeito que isso gera é o de que o homem, antes agressor com o punho cerrado, agora se coloca como apoiador da causa e a mão está aberta.

Portanto, o gesto do "X", quando é indicado pelo homem durante a campanha acaba sendo representado uma mensagem de poder em que o sujeito está tendo solidariedade, responsabilidade e comprometimento em acabar com a violência doméstica contra a mulher para a construção de um futuro mais seguro e igualitário para todos independente do gênero.

No Estado do Maranhão existe a *Casa da Mulher Brasileira* que acolhe mulheres vítimas de violência. A instituição conta com um único ambiente que oferece diversos serviços de atendimento e apoio para as mulheres em situação de violência doméstica, oferecendo também cursos de formação em parcerias com outras instituições privadas e públicas, no objetivo de incentivar a autonomia econômica das mulheres vítimas da violência doméstica.

A Casa da Mulher Brasileira também adotou a campanha do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) como forma de combater a violência contra a mulher.

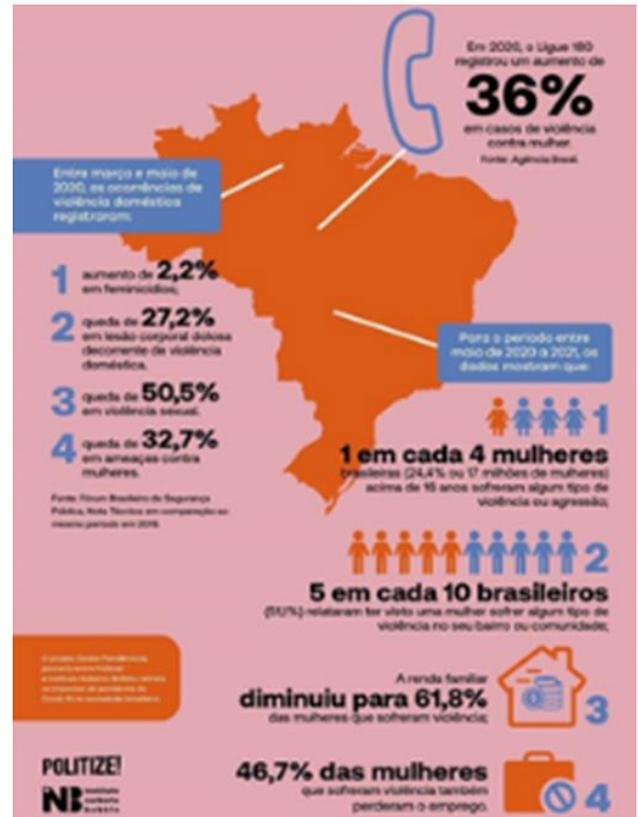
4.3 Campanha do Politize

A Politize é uma Organização Não Governamental (ONG) brasileira dedicada à educação política. Desempenha um papel importante na democratização do conhecimento político no Brasil. A instituição contribui na formação de cidadãos que estejam mais informados e conscientes de seus direitos e deveres na sociedade. Desse modo, a Politize oferece diversos recursos educativos acessíveis e de qualidade. E faz com que a educação política seja fundamental para garantir a democracia o que estimula a participação cidadã, tendo em conta uma maior atividade e crítica.

Como já mencionado, a Politize, através das suas atividades e ferramentas, proporciona aos cidadãos os conhecimentos importantes para participarem ativamente na vida política e o que contribui para uma sociedade mais justa e democrática.

Vejamos, a seguir, o texto multimodal da Politize que procura combater a violência doméstica.

Figura 8: campanha politize



Disponível em: <<https://www.politize.com.br/violencia-domestica-pandemia/>>. Acesso: 22 maio 2024.

A imagem contém vários elementos e um deles que chama mais atenção é a de um homem, com o punho cerrado, pronto para agredir uma mulher. Em destaque está sendo representada como o elemento da figura masculina, em que observamos a sua calça, a força na mão e a dor que está prestes a causar, a agressão à mulher vítima de violência

O agressor, que é a figura masculina, se distancia da dor da vítima, desumaniza e diminui o peso de seus atos na imagem. Diante disso, a força bruta e a intenção estão representadas através da sua a mão fechada representando a opressão e o controle que o agressor exerce sobre a vítima.

A diferença de tamanho e força entre o homem e a mulher na imagem evidencia a disparidade de poder que existe em muitos relacionamentos abusivos.

Dessa forma, a imagem evoca sentimentos de raiva, impotência e frustração. Ela nos confronta com a dura realidade da violência doméstica, um problema que afeta milhões de mulheres em todo o mundo. Entretanto, a imagem pode ser vista como uma representação da cultura machista, que coloca o homem em uma posição de poder e controle sobre a mulher vítima da violência.

O anúncio mostra também que em um canto, uma mulher se encolhe, encurvada sobre si mesma, em que seus braços protegem o rosto, escondendo-o da vista que amplifica a sensação de medo e isolamento. A postura curvada da mulher demonstra sua vulnerabilidade e fragilidade. Ela se encolhe, buscando proteção em si mesma, mas sem encontrar refúgio.

O enunciado *VIOLÊNCIA DOMÉSTICA EM TEMPOS DE PANDEMIA* se destaca na imagem, pairando sobre a mulher como uma ameaça constante. As letras, grandes e imponentes, esmagam-na, simbolizando o peso da violência que ela suporta.

Diante do exposto, o ambiente também representa o isolamento e a solidão que muitas vítimas de violência enfrentam. A imagem da mulher em um canto acuado simboliza a ausência de esperança e a sensação de estar presa em um mundo sem saída.

No entanto, a imagem evoca uma série de emoções fortes, como tristeza, raiva, impotência e medo. Em que nos confronta com a dura realidade da violência contra a mulher, expondo a dor e o sofrimento que ela causa.

Além disso, a imagem pode ser interpretada como uma metáfora para a violência doméstica, um problema que afeta milhões de mulheres em todo o mundo. Ela também pode ser vista como uma representação da violência sexual, um crime que deixa marcas profundas nas vítimas.

Dessa forma, a imagem serve como um lembrete da necessidade de combater a violência contra a mulher em todas as suas formas. Apesar da dor e do sofrimento retratados na imagem, ela também transmite uma mensagem de esperança. Ou seja, a mulher, mesmo acuada e encurvada, ainda se encontra viva.

Por conseqüente, fica nítido que a imagem nos convida a agir com o símbolo de telefone e do número de telefone para a denúncia. Assim, é um chamado à ação

para todos aqueles que se comprometem com a construção de um mundo livre de violência contra a mulher e que juntos, possam fazer a diferença.

Na representação visual descrita, onde um homem é retratado com o punho erguido e uma mulher encurralada, a análise semântica revela a presença de metonímia e da metáfora.

A mão, sendo parte integrante do corpo humano, é empregada como uma metonímia, representando o todo que é o corpo. Contudo, além de sua função metonímica, a mão também assume uma dimensão metafórica. Dentro do contexto descrito, ela simboliza não apenas a própria força física, mas também a violência que pode ser exercida por meio dela. Assim, a mão transcende sua função literal para representar um poder coercitivo e agressivo.

Essa análise ressalta a importância da compreensão dos elementos simbólicos e figurativos na representação da violência de gênero. Ao reconhecer a multiplicidade de significados presentes em uma imagem ou cena, é possível abordar de forma mais abrangente e crítica as questões relacionadas à violência e promover a conscientização sobre a necessidade de interromper o ciclo de violência contra a mulher.

4.4 Manifestação na Avenida Paulista em novembro de 2020 - Jornal G1

O *site* do G1, no dia 23 de novembro de 2020, fez uma publicação sobre o aumento da violência doméstica no Brasil e no mundo. Nessa publicação, mostrou uma fotografia de uma manifestação, ocorrida na Avenida Paulista, contra a violência contra mulheres. Segue a imagem multimodal:

Figura 9: Manifestação na Avenida Paulista em novembro de 2020



Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/11/23/com-restricoes-da-pandemia-aumento-da-violencia-contra-a-mulher-e-fenomeno-mundial.ghtml>. Acesso: 02 ago. 2024.

Em um dos cartazes da fotografia, o manifestante enuncia: O ESTUPRO VEIO ANTES DA MINI SAIA. Essa alegação implica que o estupro não é uma consequência da roupa que as mulheres usam. Em vez disso, o estupro está associado à mentalidade e ao compartilhamento sexual da mente de um estuprador. O uso do verbo *vir* no cartaz coloca tanto o *estupro* quanto a *minissaia* como entidades que estão dispostos [no espaço e] no tempo. É uma metáfora ontológica, uma vez que o estupro e a *minissaia* configuram-se como entidades que possuem agentividade e violação. A temporalidade é importante no texto, porque, ao se dizer que *o estupro veio antes da minissaia*, se quer dizer que justificar o estupro como culpa da vítima que usa *minissaia* é uma falácia, uma vez que a cultura do estupro é anterior à moda à qual as mulheres aderiram de usar *minissaia*. O texto do cartaz, portanto, rejeita proativamente os motivos e as alegações de que a roupa justificaria a violência sexual.

No texto, a palavra *minissaia* é metonímica, porque representa apenas uma parte do que é *ser mulher*. E outra metonímia presente, é quando usam um símbolo do sexo feminino. O que expressa metonímia feminista, discurso corporativo, simbolismo humano. Ele é um tipo de metáfora visual, unindo mulheres destinadas a

corpos e ao curso de discussões odiosas. Dessa forma, o corpo da mulher pode ser uma metonímia social com um único sinal visual, o que representa uma briga coletiva para as mulheres.

A combinação desses elementos visuais cria uma mensagem poderosa e multifacetada. As máscaras não apenas identificam a pandemia, mas também promovem a noção preexistente de que a proteção é imperativa.

Em outro cartaz, lê-se: *a falta de justiça excita o homem e estupra a mulher*. As formas verbais *excita* e *estupra* destacadas em vermelho foram usadas metaforicamente para descrever como a falta de justiça pode estimular crimes. O destaque de vermelho para os dois verbos mostra que o enunciador monitora a sua produção discursiva. É provável que tais verbos estão destacados de vermelho, porque contrapõem a falta de justiça e o avanço de crimes sexuais e porque o enunciador parece ter monitorado a produção metafórica dessas palavras. Portanto, o cartaz utiliza metáforas de forma estratégica para transmitir uma mensagem clara e urgente sobre a violência de gênero e a necessidade de justiça. Ajuda assim a desconstruir mitos prejudiciais, responsabilizando os agressores e empoderar as mulheres para combater a violência sexual.

No que se refere à metonímia, importante observar que as palavras *homem* e *mulher*, apesar de terem sido usadas no singular, fazem referência a todos os homens estupradores e a todas as mulheres vítimas de violência. Aparentemente parecem ser *parte* mas fazem referência a um *todo* de determinado grupo.

4.5 Campanha de Estado de Justiça do Distrito Federal (SEJUS-DF)

O Distrito Federal lançou em formato pdf o informativo *A violência doméstica em tempos de pandemia*. Nesse informativo, explica-se o que é violência, o que é violência doméstica, os grupos mais afetados, os tipos de violência doméstica que podem ser cometidos, a sua relação com a pandemia e o que fazer para buscar ajuda. O texto verbal e não verbal escolhido para esta análise foi o seguinte:

Figura 10: Campanha de Estado de Justiça do Distrito Federal (SEJUS-DF)

MAS, O QUE É VIOLÊNCIA?

A violência foi definida pela Organização Mundial da Saúde - OMS (2002) como o "uso intencional da força ou poder em uma forma de ameaça ou, efetivamente, contra si mesmo, outra pessoa ou grupo ou comunidade, que ocasiona ou tem grandes probabilidades de ocasionar lesão, morte, dano psíquico, alterações do desenvolvimento ou privações".



Disponível em: <https://www.sejus.df.gov.br/wp-conteudo/uploads/2021/01/violencia-domestica-em-tempos-de-pandemia.pdf>. Acesso: 13 jul 2024.

O texto escrito faz uma definição inicial sobre a violência sob o ponto de vista da Organização Mundial de Saúde. A definição de violência é fundamental para o/a interlocutor/a que acessará a cartilha, porque ele/a poderá perceber ações violentas de seu cotidiano que ele/a não percebia como violentas. A definição recuperar a *sintaxe da violência*: um **sujeito agente**, dotado de força física ou poder, **atua** sobre um **objeto/paciente**, causando-lhe **efeitos/danos físicos ou psíquicos**:

No texto não verbal, há a imagem de uma mulher, sob um especto escuro observando a rua de dentro para fora. Ela usa uma máscara, o que nos remete ao contexto da pandemia. A máscara é, portanto, metonímia da pandemia e, ao mesmo tempo, metáfora de proteção e silêncio. Embora fosse obrigatório o uso da máscara durante a pandemia, ela também pode ser vista aqui como um símbolo de defesa contra o vírus. É também um símbolo de silêncio e uma defesa contra a exterioridade dirigida ao olhar curioso. A linguagem não verbal da mulher de máscara olhando para uma janela gradeada aparentemente parece estar protegida do vírus, mas é uma imagem ambígua, porque a sombra da janela gradeada assemelha-se a uma prisão.

Assim, infere-se que a sombra escura da grade da janela constitui a metáfora de uma prisão. Tal metáfora tem a ver com o sentimento de estar aprisionada e privada da liberdade que é um sentimento comum entre as vítimas da violência doméstica. A prisão pode representar: 1) o *lockdown* decretado durante a pandemia; 2) a dificuldade de 'sair' de um relacionamento abusivo; 2) o controle a que a mulher é submetida no relacionamento abusivo. Isso enfatiza a ameaça constante, mesmo quando não é diretamente perceptível, juntamente com o sentimento de aprisionamento. A sombra da grade sobre a mulher acentua a ideia de controle e opressão, sugerindo que, apesar de estar protegida contra uma ameaça externa (o vírus), ela não está segura dentro de sua própria casa (Interno). A combinação da máscara e da grade cria uma metáfora complexa de proteção e prisão simultâneas.

De modo geral, a imagem representa especificamente as mulheres que sofreram violência doméstica como consequência das medidas de isolamento social, as quais resultaram em um aumento significativo nos casos de violência no ambiente doméstico durante a pandemia.

Além do significado literal, a casa é um espaço que evoca o ambiente da vida para muitas mulheres, o confinamento ampliou a exposição à violência doméstica, transformando o espaço que deveria ser seguro como é apresentado em um lugar de perigo para as agressões físicas e psicológicas.

A imagem não é colorida. É toda constituída em preto em branco. O preto e o branco conferem o significado metafórico de seriedade para o fato retratado. Enquanto uma imagem colorida representaria alegria, regozijo, a imagem no preto e no branco dá o tom da seriedade ao texto.

Essa imagem, portanto, comunica a dualidade a ajuizada experiência durante a pandemia para muitas mulheres: enquanto o mundo exterior representa uma ameaça à saúde, o confinamento forçado intensificou o perigo dentro de casa, pois, as metáforas e as metonímias presentes na imagem ajudam a transmitir a complexidade e a gravidade da situação que aconteceram durante a pandemia.

4.6 Campanha da Prefeitura de São Paulo

A Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania (SMDHC) junto com a prefeitura de São Paulo, lançaram um pacote de ações com o objetivo de apoiar mulheres em situação de vulnerabilidade. O projeto proporcionou um atendimento

especial às mulheres que sofreram violência doméstica durante a pandemia da Covid-19.

Figura 11: Campanha da Prefeitura de São Paulo



Disponível

em: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/pessoa_com_deficiencia/noticias/?p=298832.

Acesso: 02 ago. 2024.

O objetivo da campanha é combater a violência doméstica durante a pandemia de COVID-19, o que reforçou a necessidade de fortalecer os canais de apoio para que o crime fosse denunciado e, assim, proteger as mulheres vítimas de violência durante a pandemia na cidade de São Paulo.

Diante disso, na análise da campanha, foram encontradas diversas metáforas e metonímias, assim como do texto verbal e não verbal, o que revelou uma comunicação poderosa e multifacetada sobre a violência doméstica exacerbada durante a pandemia de COVID-19. A máscara, assim como em outras imagens analisadas, constitui uma metonímia-símbolo da pandemia da Covid-19. Em termos

de significado, ela pode ser interpretada como item de segurança, uma medida de proteção contra o vírus. A mesma máscara pode também funcionar como metáfora para silenciamento e da não identificação. Isso pode ser comprovado pelo contraste entre a máscara branca e a palavra *calada* no texto verbal. Não ficar calada significa retirar a máscara e denunciar no 180 casos de violência doméstica em sua manifestação específica na violência contra a mulher.

Assim como já foi visto em outras imagens, há o rosto de uma mulher representada na imagem. O *rosto pela pessoa* é uma metonímia tratada por Lakoff e Johnson (2002). No caso da campanha, ela é fundamental, porque coloca em cena a **protagonista-paciente** da agressão e a **protagonista-agente** da denúncia. Além do rosto feminino, a imagem mostra uma das mãos tocando a máscara. A mão constitui uma metonímia (parte do todo que é o corpo humano), mas na imagem ganha significado metafórico, por indicar a ação de *denunciar*, enfatizada com letras brancas no texto verbal. A linguagem verbal *fique em casa, mas não sofra calada* é uma frase que vincula a orientação para ficar em casa (medida de segurança contra a pandemia), violência também de se isolar a partir de ordem do Estado, mas não silenciada. O uso do operador *mas* tem fundamental importância no texto, porque opõe *aprisionamento* e *liberdade*. Assim, a linguagem verbal reforça a necessidade de quebrar o silêncio sobre a violência doméstica. Alude que, apesar das restrições físicas, a comunicação e a denúncia são vitais.

É recorrente também nesta campanha o uso das cores preto e branco na parte superior da imagem, sinalizando para a metáfora da seriedade da situação. Há, ainda, o uso da cor vermelha que, ambigualmente, pode indicar metaforicamente a forma-fonte *sangue*, que tanto significa em nossa cultura a vida quanto a morte. Dentro do corpo humano e em boas condições, o sangue é vida. Fora do corpo humano, o sangue é morte.

A representação de uma única mulher com a máscara simboliza todas as mulheres que estão enfrentando violência doméstica durante a pandemia. **A máscara** também simboliza a população em geral, que está sendo afetada pela pandemia, mas especificamente as vítimas que se veem duplamente vulneráveis a Covid – 19.

Diante disso, o texto verbal, a frase: *Fiquem em casa, mas não sofra calada* reforça uma mensagem central em que resiste a orientação da saúde pública para ficar em casa com a necessidade de denunciar a violência. No texto, usa-se o verbo no imperativo (*denuncie, disque*) não fortuitamente, dado que tais verbos *chamam*

para a ação, ou seja, encorajam a ação das vítimas e da população em geral. A indicação dos números de emergência constituem informações claras e precisas para os casos de violência. Além disso, a inclusão desses números reforça a seriedade da mensagem e oferece uma via de apoio segura para ajuda.

Portanto, a combinação de elementos verbais e não verbais cria uma campanha visualmente impactante e emocionalmente ressonante, pois as metáforas e metonímias reforçam a complexidade do problema abordado na campanha, enquanto as instruções são claras no uso estratégico de cores e imagens que aumentaram a eficácia da mensagem, incentivando as vítimas e pessoas em geral a buscar ajuda e quebrar o silêncio.

4.7 Campanha individual de uma delegada de São Paulo

Ações individuais também contribuíram para, durante a pandemia, se reforçarem campanhas contra a violência doméstica. O G1 noticiou o caso de uma delegada de São Paulo que disponibilizou sua própria casa para proteger mulheres vítimas de violência doméstica.

Figura 12: Campanha individual de uma delegada de São Paulo



Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/19/violencia-fisica-e-sexual-contra-mulheres-aumenta-durante-isolamento-social-provocado-pelo-coronavirus.>>
Acesso: 02 ago. 2024.

Observando-se a imagem, do lado esquerdo, percebe-se metade do rosto de uma mulher, cuja boca é tapada por uma mão. Do lado direito, há um texto verbal sob um fundo preto, no qual Raquel e Maciel, moradores do apartamento 123, interpelam dois interlocutores por meio dos vocativos VIZINHO e QUERIDA VIZINHA. O *vizinho* é alertado de que violência contra a mulher é crime. À *querida vizinha* (*querida* como signo de acolhimento) é dito que ela não está sozinha e que, em caso de violência, ela poderá adentrar o apartamento 123.

No texto não verbal, há uma série de metonímias sobrepostas: metade de um rosto (metonímia de rosto e este metonímia de corpo), uma mão (parte do corpo). Isso se relaciona à ideia de metonímia como processo fractal multimodal de que trata Menezes (2010), que se baseia na ideia de que a metonímia não é apenas um fenômeno linguístico isolado, mas um processo dinâmico e recursivo que pode ser entendido através da teoria dos fractais⁶.

A **metade do rosto** da mulher pode representar **todas** as mulheres vítimas de violência doméstica. Usar apenas uma metade da figura humana indica a perda de identidade e de liberdade, ou a fragmentação causada pelo abuso.

O **fundo escuro** na linguagem não verbal é também metonímico para o ambiente, mas é também metafórico, porque representa o momento 'sombrio' vivido pela vítima de violência. A frase na campanha: *Estamos atentos, você não está sozinha* apresenta uma mensagem de solidariedade e vigilância, oferecendo, assim, apoio moral, psicológico e, mais do que isso, acolhimento. Desse modo, só reafirma que há pessoas dispostas a ajudar e que a vítima tem aliados.

Partindo para análise do texto não verbal a imagem da mulher e da mão a presença da mulher e da mão cria uma narrativa visual forte sobre a violência e o silenciamento. A expressão de tristeza da mulher amplifica a mensagem de sofrimento e necessidade de intervenção da violência.

⁶ A teoria dos fractais está relacionado respeito ao estudo de estruturas geométricas o que expõem padrões auto-similares em diversas escalas. Esse conceito pode ser aplicado ao processamento cognitivo e textual, onde a produção e interpretação de sentidos ocorrem de forma semelhante em diferentes níveis, utilizando uma proliferação recursiva de cenas que são ativadas, integradas e compactadas de maneira fractal.

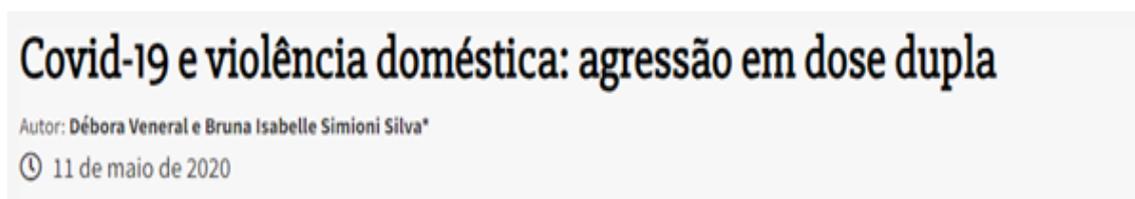
O fundo escuro na imagem intensifica o clima de perigo e solidão, sublinhando a gravidade da situação. A escuridão também contrasta com a promessa de ajuda e luz representada pela intervenção dos vizinhos.

Portanto, a combinação de elementos visuais e textuais na campanha corrobora para uma mensagem poderosa e eficaz sobre a violência doméstica. Por fim, as metáforas e metonímias reforçam a gravidade e o impacto do abuso, enquanto o texto verbal oferece informações claras e apoio, promovendo um assim um senso de comunidade e ação de todos.

4.8 Campanha do Centro Universitário Internacional – Uninter

O Uninter, ou Centro Universitário Internacional, é uma instituição de ensino brasileira que oferece cursos de graduação, pós-graduação, mestrado, doutorado e extensão, principalmente na modalidade de ensino a distância (EaD). É reconhecida pela sua qualidade, obtendo notas máximas em avaliações do MEC. UNINTER tem mais de 400 cursos disponíveis e está presente em mais de 700 cidades através de seus polos educacionais. Durante a pandemia, esse Centro Universitário lançou uma notícia sobre a violência doméstica, que, para além das funções da notícia, funcionou também como campanha contra a violência. Vejamos a imagem que se faz presente na notícia

Figura 13: Campanha do Centro Universitário Internacional – Uninter





Disponível em: <<https://www.uninter.com/noticias/covid-19-e-violencia-domestica-agressao-em-dose-dupla.>> Acesso: Acesso: 02 ago. 2024.

A pandemia de Covid-19, como já mencionado, impactou o mundo ao introduzir uma série de desafios como medo, no meio sociais e em casa. Além disso, as medidas de distanciamento social adotado pela quarentena para conter a disseminação do vírus em massa, Dessa forma o que causou outro efeito grave como por exemplo, como o número expressivo da violência doméstica nos lares. Conforme dados mencionados pela da Central de Notícia da Uninter – CNU, publicada em 11 de maio de 2020, pelas autoras Débora Veneral advogada e diretora da Escola Superior de Gestão Pública, Política, Jurídica e Segurança da Uninter e a Bruna Isabelle Simioni Silva advogada e professora da Uninter.

. No texto não verbal estão presentes as metáforas visuais, **a mão [de um homem] apertando uma mulher**, que vira o seu corpo para trás. Esta imagem é interpretada metaforicamente como a opressão e controle que a violência doméstica representa. A mão do homem simboliza a força e o domínio. O fundo preto é visto como uma metáfora para o perigo, e para a seriedade da situação. O preto também pode simbolizar a situação obscura vivida pela mulher vítima da violência. **A mão de um homem** na imagem, como parte do corpo humano representa o agressor por inteiro, utilizando uma parte específica para se referir ao todo. Dessa forma, a

linguagem verbal complementa a linguagem não verbal ao destacar a gravidade do problema: *COVID-19 E VIOLÊNCIA DOMÉSTICA: AGRESSÃO EM DOSE DUPLA*. A expressão *AGRESSÃO EM DOSE DUPLA* é usada de forma metafórica para enfatizar que as vítimas estão enfrentando duas crises simultaneamente, nesse caso, a pandemia e a violência doméstica.

4.9 Campanha da Associação Nacional das Defensoras e Defensores Públicos - ANADEP

A Associação Nacional das Defensoras e Defensores Públicos (ANADEP) é uma entidade voltada para a tutela de direitos e interesses dos defensores públicos, representando-os nos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como em outros níveis administrativos ou privados também. A ANADEP ainda realiza eventos para chamar a atenção pública. E a sua função principal é representar os interesses, direitos e prerrogativas dos defensores públicos e dos cidadãos defendidos pelos advogados públicos, bem como promover e fortalecer a Defensoria Pública nacionalmente.

Figura 14: Campanha da Associação Nacional das Defensoras e Defensores Públicos – ANADEP



Disponível em: <https://www.anadep.org.br/wtk/pagina/materia?id=44640>. Acesso: 02 ago. 2024.

A figura representativa da campanha da ANADEP mostra, do lado esquerdo, a imagem de três mulheres usando máscara: a primeira delas é negra e ocupa posição central e de destaque. As outras duas ocupam uma posição de fundo. Do lado direito da figura, há mensagens escritas que articulam diferentes vozes sociais. O enunciado *A Defensoria não para!* refere-se às ações e campanhas conduzidas pela Defensoria. Utiliza-se do esquema de caminho, uma vez que usa o verbo *parar*, metafórico, remonta a forma-fonte do ato de caminhar.

No enunciado *Eu uso máscara, mas não me calo*, a instituição Defensoria assume a voz das mulheres ao usar o pronome pessoal *eu*. O *mas* coloca em oposição duas informações de fundo: 1) a máscara, por tapar a boca, pode levar ao silenciamento diante de situações de agressão; 2) a coragem e consciência do papel da mulher são maiores que o silenciamento que uma máscara pode provocar, então, não há silenciamento. Por outro lado, o enunciado incita duas ações: 1) usar máscaras para proteger-se contra o vírus durante a pandemia e; 2) denunciar casos de agressão doméstica. Há no texto um jogo de sentido entre a **forma-fonte**, a máscara, que, apesar de proteger contra o vírus, dificulta a fala, a comunicação; e a **forma-alvo**, a denúncia, que precisa ser feita, verbalizada, quando ocorre violência.

A metonímia se faz presente no texto, uma vez que mostra parte do corpo das mulheres na imagem. Além disso, a máscara constitui expressão metonímia para que o leitor acesse a situação de metonímia. Além disso, o verbo *denunciar* no imperativo, apesar de ser transitivo (exigir complemento, argumento interno), não explicita o objeto direto. O verbo comprime, então, a informação *casos de agressão*. Isso porque o leitor já teve acesso a essa informação em parcelas anteriores do texto. Logo em seguida, é informado o número do whatsapp que pode ser utilizado para a efetivação das denúncias.

A campanha da ANADEP tem função social fundamental, uma vez que faz um trabalho preventivo e se coloca como rede de apoio àquelas que são alvo de sua defesa em diferentes situações.

4.10 Campanha da Associação Nacional das Defensoras e Defensores Públicos - ANADEP Campanha da *Ponte Jornalismo*

Segundo informações de seu próprio site⁷, a Ponte Jornalismo é uma organização sem fins lucrativos dedicada a ampliar o debate sobre os direitos humanos por meio do jornalismo. Criada para dar voz às populações marginalizadas por questões de classe, raça e gênero, a Ponte se concentra em temas relacionados à segurança pública, justiça e o aparelho repressivo do Estado.

Figura 15: Campanha da Associação Nacional das Defensoras e Defensores Públicos - ANADEP Campanha da *Ponte Jornalismo*

Um vírus e duas guerras: Mulheres enfrentam em casa a violência doméstica e a pandemia da Covid-19



Disponível: <https://ponte.org/mulheres-enfrentam-em-casa-a-violencia-domestica-e-a-pandemia-da-covid-19/>. Acesso: 02 ago. 2024.

⁷ Disponível em: <<https://ponte.org/>>

A imagem retrata, por meio de um desenho, o vírus reproduzido na circulação sanguínea. O vírus, porém, é projetado metaforicamente para a disseminação e a presença constante da violência doméstica na vida das mulheres. A ideia que se quis representar é a de que, assim como o vírus da COVID-19 se espalha pelo corpo, a violência doméstica permeia e infeta o ambiente doméstico, então, emerge a metáfora VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER É VÍRUS.

No texto verbal, o enunciado *um vírus e duas guerras* observou as metáforas de guerra para descrever o combate que acontece simultaneamente. Por um lado, há guerra contra a COVID-19 e, por outro, há a violência doméstica, ambas conceptualizadas como *guerra*. Dessa forma, a guerra contra a pandemia tornou-se uma batalha de saúde pública, enquanto a guerra contra a violência doméstica é uma luta por segurança e dignidade dentro do lar. A frase *Mulheres enfrentam em casa a violência doméstica e a pandemia da Covid-19* explica claramente o conceito das *duas guerras*. A escolha das palavras *enfrentam em casa* sublinham o ambiente doméstico como um campo de batalha, onde as mulheres podem ser confrontadas tanto pelo vírus quanto pela violência.

Voltando ao texto não verbal, observa-se que as células contêm dentro de si a representação de cenas metonímicas de violência. Essa representação reforça a ideia metafórica de que a violência está "no sangue", ou seja, é uma presença intrusiva e constante. As cenas representadas são metonímicas, porque, em uma das células aparecem duas mãos (parte do todo do corpo humano): uma mão [supostamente] masculina segurando uma mão [supostamente] feminina. Em outra célula, aparece um celular quebrado, que representa fractalmente a violência patrimonial contra a mulher. Em outra célula, um homem segura o que parece ser um cinto, também, símbolo metonímico de violência física. Em outra célula, aparecem duas mãos femininas feridas. Em outras célula ainda, aparece o rosto (metonímia *rosto pela pessoa*) de um homem com feição de estar enraivado. Todas essas imagens formam um conjunto metafórico-metonímico que mesclam duas temáticas que preocuparam, durante a pandemia, a população mundial e a população brasileira: a Covid e a violência doméstica.

Portanto, os elementos visuais e textuais representam uma mensagem contundente e abrangente sobre esses impasses enfrentados pelas mulheres durante a pandemia na sociedade. Dessa forma, as metáforas e metonímias presentes

reforçam a ideia de que a violência doméstica é uma ameaça tão penetrante e perigosa quanto a COVID-19.

4.11 Campanha da vermelho.org

O site Vermelho.org é um portal de notícias que publica material político. Publica também textos economia, cultura, saúde, educação, meio ambiente, com uma perspectiva progressista.

Com o título *Casos de feminicídio crescem 22% em 12 estados durante pandemia*, o site publicou no dia 02 de junho de 2020 uma notícia sobre o aumento dos casos de feminicídio no Brasil. Junto à notícia, publicou esta imagem:

Figura 16: Campanha da vermelho.org



Disponível em: <<https://vermelho.org.br/2020/06/02/casos-de-femicidio-crescem-22-em-12-estados-durante-pandemia/>>. Acesso: 02 ago. 2024

Na figura, há vários sapatos vermelhos de salto espalhados numa rua. **Os sapatos femininos vermelhos** foram identificados como metáfora visual que representa metonimicamente várias mulheres vítimas de feminicídio. Também a cor vermelha dos saltos simboliza o sangue, o perigo representado pela temática, alerta e a própria violência. Os sapatos são representações metonímicas, porque são parte de um todo. Quem normalmente utiliza sapatos de salto são mulheres, logo, observar

a imagem dos sapatos vermelhos leva, por inferência, a concluir que a referência são as mulheres, mas mulheres ausentes, ou seja, que morrem em decorrência do vírus ou da violência.

Interessante observar que na rua utilizam-se as cores preta e branca. Somente, os sapatos de salto é que são vermelhos, o que confere destaque para os sapatos. O preto e o branco da rua da cidade pode simbolizar a indiferença ou a falta de atenção dada a esses casos, enquanto os saltos vermelhos destacam a tragédia e a urgência da situação.

Os sapatos de salto femininos ajudam a personificar, metafórica e metonimicamente, as vítimas da violência, tornando o problema mais tangível e direcional. Colocar os saltos femininos enfileirados informa ao público que esses crimes estão acontecendo em meio à vida cotidiana e que, muitas vezes, são ignorados ou não são reconhecidos. O texto verbal da campanha *CASOS DE FEMINICÍDIO CRESCE 22% EM 12 ESTADOS DURANTE PANDEMIA* é um título informativo e direto na qual fornece dados estatísticos claros e alarmantes sobre o aumento dos casos de feminicídio. A especificação "durante a pandemia" destaca a correlação entre a crise de saúde e o aumento da violência doméstica.

A campanha cria uma mensagem impactante sobre o aumento dos feminicídios durante a pandemia. As metáforas e metonímias usadas, com os saltos femininos de cor vermelha e a cidade em preto e branco, reforçam ainda mais a gravidade e a urgência da situação. Diante disso, o texto verbal fornece dados concretos que complementam a mensagem visual, em que é destacada a necessidade de atenção e ação contra a violência de gênero, pois, a combinação de elementos visuais e textuais promoveram uma conscientização eficaz em que leva a uma reflexão sobre os impasses.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Teoria da Metáfora Conceptual (TMC), conforme discutimos nesta dissertação, estrutura-se como um mapeamento que se projeta de um domínio fonte, mais concreto, para um domínio alvo, mais abstrato. A metáfora, conforme os pressupostos da TMC, permeia, de forma abrangente e relevante, o cotidiano do ser humano no que concerne ao seu pensamento, linguagem e ações.

O pensamento humano organiza-se grandemente de forma metafórica, o que implica destacar que são os conceitos metafóricos que embasam grande parte da comunicação que se concretiza nos mais diversos campos de atividade do homem, viabilizando assim a sua interação com o meio em que vive, assim como com outros e consigo mesmo.

Com base nessa mesma concepção, entendemos que pensamento, linguagem e experiências coexistem em uma relação sistemática, o que corrobora o entendimento de que é importante estudar a mente integrada ao corpo. A linguagem não é uma faculdade humana autônoma em relação às outras, tais como: a visão, a audição, a memória, a capacidade de pensar e emocionar.

O estudo dos domínios e expressões, devido às ênfases das autoras na TMC e nas recuperações dos domínios, em particular, permitiu um exame mais detalhado dos exemplos, facilitou sua organização e análise e forneceu as previsões teóricas abordadas anteriormente. A escolha por relativamente novas abordagens à teoria estabelecida permitiu incluir não apenas imediatamente à luz dos conceitos oriundos da teoria da metáfora, de Lakoff e Johnson (1980).

A metodologia adotada para esta pesquisa foi a análise de conteúdo de notícias durante a pandemia, selecionadas com base nos critérios apresentados, a partir de qual metáforas e metonímias conceituais foram identificadas. A abordagem foi, portanto, qualitativa e exploratória, e os exemplos foram organizados em gráficos para apresentação visual, analisados sob os olhos de pressupostos teóricos aclamados.

Ademais, a pesquisa possibilitou os seguintes achados:

i) as metáforas e as metonímias estão presentes na vida cotidiana, tal como apontam Lakoff e Johnson (2002), inclusive em textos verbais e não verbais de campanhas publicitárias;

ii) a metonímia é amplamente produtiva principalmente nos textos não verbais, já que uma imagem fragmentada, esfacelada, partitiva revela o todo de uma situação,

de um conceito, de uma ideia. Seu efeito é o de conduzir, por inferência, o acesso a um conceito, mas também causar impacto, tornar o texto criativo.

iii) a metáfora é também bastante produtiva nas campanhas publicitárias, uma vez que possibilita criar um jogo entre o sentido fonte e o sentido alvo de determinada temática para criar efeitos pretendidos. No caso das temáticas *pandemia* e *violência doméstica* os efeitos foram: persuadir, conduzir à ação de denunciar, tornar a propaganda criativa, mostrar seriedade e dramaticidade.

iv) em muitos momentos, metáfora e metonímia se sobrepõem sobre os mesmos elementos referenciais, revelando o fenômeno da metaftonímia. Em nossos dados, a metonímia parece ter conduzido a uma interpretação metafórica.

v) em alguns momentos, as próprias temáticas da *pandemia* e da *violência doméstica* constituíram nos textos blendings, ou seja, mesclagens conceituais em que o *input 1*, a pandemia, mesclado com o *input 2*, a violência doméstica, conduzia a *blend* que se revelavam em enunciados como: *um vírus e duas guerras, agressão em dose dupla* etc.

vi) as instituições sociais brasileiras se mostram atentas para os dados que revelaram pesquisas sobre o aumento da violência doméstica durante a pandemia e, por meio de ações imediatas, dentre elas o uso da linguagem [metaftonímica ou não], procuraram combater o problema.

vii) as cores têm grande contribuição para o alcance de objetivo metafórico em campanhas publicitárias, o que mostra a necessidade de haver mais pesquisas sobre essa temática em linguística cognitiva.

viii) algumas metáforas e metonímias produzidas nas campanhas publicitárias constituíram processo naturais de uso da língua, tal como afirmam Lakoff e Johnson (2002) como também foram produzidas metáforas e metonímias monitoradas cognitivamente, como foi o caso do cartaz que contrapôs os verbos *excitar* e *estuprar* fazendo uso da cor vermelha.

Em relação às contribuições deste trabalho, ele não só melhora a compreensão de metáforas e metonímias na comunicação publicitária, mas também abre diversos caminhos de pesquisa em outros campos, destacando a versatilidade e o impacto desta linguagem figurativa na formação do significado e na influência do comportamento humano. Combinações conceituais são a combinação de pandemias e violência doméstica para criar novas formas de interpretar e expressar situações complexas.

Consequentemente, a investigação avança na nossa compreensão da aplicação de metáforas e metonímias na comunicação e em textos não verbais, particularmente em campanhas publicitárias.

Referências

ADAM, Jean-Michel. **La linguistique textuelle**. Introduction à l'analyse textuelle des discours. Paris: A. Colin, 2008.

ALMEIDA, Aurelina Ariadne Domingues. **Estamos sempre em guerra? Estudo cognitivo sócio-histórico de uma metáfora da gripe espanhola e da covid-19: Are we always at war?** Sociohistorical cognitive study of a metaphor of Spanish and Covid-19 influenza. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/estudos/article/view/44310>. Acesso em: 06 jun.2021.

ALMEIDA, Aurelina Ariadne Domingues; SANTOS, E. S. dos. **Ciência, opinião e fake news em tempos de coronavírus: conceptualizações em memes sob a abordagem da linguística cognitiva / Science, opinion and fake news in times of the coronavirus: conceptualizations in memes under Cognitive Linguistics Approach**. Disponível em: www.epublicacoes.uerj.br/index.php/pensaresemrevista/article/view/52642. Acesso em: 06 junho de 2021.

ALVES, Regysane Botelho Cutrim. **Metáforas Visuais na Análise de Discurso Crítica**. Brasília. Cadernos de Linguagem e Sociedade, 17(2), 2016.

ALVES, Regysane Botelho Cutrim. **Metáforas Visuais na Análise de Discurso Crítica**. Brasília. Cadernos de Linguagem e Sociedade, 17(2), 2016.

ALVES, Bianca; OPPEL, Ticiana. **Violência doméstica: Histórias de opressão às mulheres**. Dita Livros, 202.

AMARIJ, CL, Figueira AB, Ramos AM, Minasi ASA. Relações de poder nas situações de violência doméstica contra a mulher: tendência dos estudos. **Revista Cuidarte**. Disponível em: <https://revistas.udes.edu.co/cuidarte/article/view/1052/>. Acesso em: 21 abr. 2024.

AMOUZADEH, Mohammad; TAVANGAR, Manoochehr. **Decoding pictorial metaphor: Ideologies in Persian commercial advertising**. International Journal of Cultural Studies, v. 7, n. 2, p. 147-174, 2004.

ARAÚJO, **Do signo ao discurso: introdução à filosofia da linguagem**, 2. ed. São Paulo, SP: Parábola Editorial, 2008.

BASILIO, Margarida. **Metonímia e metáfora em construções lexicais no português do Brasil**. Estudos Linguísticos. São Paulo, 1978, v. 43, n. 01, p. 382-394, 2014.

BRASIL. Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos (MMFDH). **Coronavírus: sobe o número de ligações para canal de denúncia de violência doméstica na quarentena**. Brasília, DF: Ministério da Mulher, da Família e dos

Direitos Humanos (MMFDH), Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/ptbr/assuntos/noticias/2020-2/marco/coronavirus-sobe-o-numero-de-ligacoes-para-canal-de-nuncia-de-violencia-domestica-na-quarentena>. Acesso em 21 abril.2024.

BULFINCH, T. **O livro de ouro da mitologia**: histórias de deuses e heróis. Tradução de David Jardim. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

CAMERON, Lynne. **A discourse dynamics framework for metaphor**. 2003.

CAMERON, Lynne. Confrontation or complementarity: metaphor in language use and cognitive metaphor theory. **Annual review of cognitive linguistics**, n. 5, p. 107-135, 2007a.

CAMERON, Lynne. et al. The discourse dynamics approach to metaphor and metaphor-led discourse analysis. **Metaphor and Symbol**, v. 24, n. 2, p.63- 89, 2009.

CAMERON, Lynne. Metaphor shifting in the dynamics of talk, *In*: ZANOTTO, M.; CAMERON, Lynne.; CAVALCANTI, M.C. (Orgs). **Confronting metaphor in use: an applied linguistic approach**. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2008.

CAMERON, Lynne. Patterns of metaphor use in reconciliation talk. **Discourse and society**, vol.18, n. 2, p.197- 222, 2007b.

CAMERON, Lynne.; MASLEN, Robert. **Metaphor analysis: research practice in applied linguistics social sciences and humanities**. UK: Equinox Publishing Ltd, 2010.

CARNEIRO, Monica Fontenelle. **Emergência de metáforas sistemáticas na fala de mulheres vítimas diretas e indiretas de violência doméstica: uma análise cognitivo- discursiva**. 303f, 2014 (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará, 2014.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica**. 6. ed, São Paulo: Pearson Universidades, 2002.

CHEAVEGATTO, Valeria Coelho. **Introdução à linguística cognitiva**. Matranga, Rio de Janeiro, v.16, n.24, jan./jun. 2009.

CHIAVEGATTO, V. C. Introdução à linguística cognitiva. **Matranga**, Rio de Janeiro, v.16, n.24, jan./jun. 2009. Disponível em: <https://www.epublicacoes.uerj.br/index.php/matranga/article/view/27797>. Acesso em: 20 jun.2021.

CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. A pesquisa científica. *In*: **Métodos de pesquisa**. Tatiana Engel Gerhardt e Denise Tolfo Silveira (Org.). UAB/UFRGS, Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

CUENCA, María Josep; HILFERTY Joseph. **Introducción a la lingüística Cognitiva**. Barcelona: Editorial Ariel, S. A ,1999 y 2007.

FACHIN, O. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo: Saraiva, 2006.

FAUCONNIER, Gilles. **Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language**. Cambridge, Mass.: MIT Press. 1985 (2. ed. 1994, Cambridge: Cambridge University Press).

FERRARI Lillian. Modelos de gramática em linguística cognitiva: princípios convergentes e perspectivas complementares. **Cadernos de Letras da UFF – Dossiê: Letras e cognição** n. 41, p. 149-165, 2010.

FERRARI, Lillian. V. FU, G. F. Metáforas no discurso acadêmico em economia e biologia: evidências sobre a natureza do domínio-fonte. **Confluência**. Rio de Janeiro: Linceu Literário Português, n. 60, p. 173-197, jan.-jun. 2021.

Fiorin, José Luís. (2014). **Figuras de retórica**. São Paulo: Contexto. FRONTIER, Alain. **La Poésie**. Paris: Belin, 1992.

FORCEVILLE, Charles et al. (Ed.). **Multimodal metaphor**. Berlin: Mouton de Gruyter, 2009.

FORCEVILLE, Charles. **Visual representations of the idealized cognitive model of anger in the Asterix album La Zizanie**. Journal of pragmatics, v. 37, n. 1, 2005.
FOSSILE, D. K. Metáforas verbais: um estudo analítico-descritivo. **Repositório UFT**. Palmas, TO: Universidade Federal do Tocantins/EDUFT, 2015.

GASKELL, G. **Entrevistas individuais e grupais. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: manual prático**. Rio de Janeiro: Vozes, p. 64-89, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRADY, Joseph.; TAUB, S.; MORGAN, P. Primitive and Compound Metaphors. *In*: GOLDBERG, A. E. (org.). **Conceptual Structure, Discourse and Language**. Stanford: CSLI Publications. 1996. p 177-187.

GUERRA, E. L. De A. **Manual de pesquisa qualitativa**. Belo Horizonte: Ânima educação, 2014. 47p.

ILARI, Rodolfo; GERALDI, José Wanderley **Semântica**. São Paulo: Ática, 2006.

JOHNSON, Mark. **The body in the mind: the bodily basis of meaning, imagination, and reason**. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1987.

KOLLER, V. Brand images: multimodal metaphor in corporate branding messages. *In*: FORCEVILLE, C.; URIOS-APARISI, E. (Eds.). **Multimodal metaphor**. New York: Mouton De Gruyter, 2009. p. 45-71.

KÖVECSES, Zóltan. **Metaphor: a practical introduction**. Oxford: OUP, 2002.

LAKOFF, George. The Contemporary Theory of Metaphor. *In*: ANDREW ORTHONY (Org.). **Metaphor and Thought**. Cambridge: Cambridge University Press. 1993. 2. ed. Cambridge: Cambridge University Press. 1997. p. 202-251.

LAKOFF, George. **Women, Fire and Dangerous Things**. Chicago: The University of Chicago Press. 1987

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

LAKOFF, George. **Metáforas da vida cotidiana** / George Lakof, Mark Johnson; [coordenação da tradução Mara Sophia Zanotto] - Campinas, SP: Mercado de Letras; São Paulo :Educ, 2002. -(Coleção As Faces da Lingüística Aplicada)

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. **Metáforas da vida Cotidiana**. São Paulo: Mercado de Letras, 2002.

MARTELOTTA, Mário Eduardo (Org.). **Manual de linguística**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2018.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. **Ciência e Saúde Coletiva**, n. 17, v. 3, 2012.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. @covid.saude.gov.br

MOREIRA, Cristiane Fernandes. **O Surgimento da Linguística Cognitiva**. 2009. OMS. **COVID-19 no Brasil**. Organização Mundial da Saúde. 2020.P. (Ed.). **Discourse and cognition: bridging the gap**. Stanford: CSLI / Cambridge, 1998.

PAN AMERICAN HEALTH ORGANIZATION, @ paho.org/bra/covid19

SECRETÁRIA DE SAÚDE DO MARANHÃO, @ saude.ma.gov.br

PAIVA, Vera Lúcia Menezes de Oliveira. **A metonímia como processo fractal multimodal**. Veredas, Juiz de Fora, v. 14, n. 1, p. 7-19, 2010. Disponível em: <https://veramenezes.com/metonimia.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2024.

PAIVA, Vera Lúcia Menezes de Oliveira e. **A metonímia como processo fractal multimodal**. Veredas On-line, v. 1, p. 07-19, 2010.

PINANGE, Gabriela Maia Leite. **Violência Doméstica: uma análise dos fatores de vulnerabilidade das mulheres na pandemia do covid19**. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/27598/1/GMLP16062023.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2024.

PINHEIRO, G. L. A. **Metáfora e metonímia na mensagem visual publicitária: uma perspectiva cognitivista para a análise retórica da imagem**. Contemporânea, v. 8, n. 1, jul. 2010. Disponível em:

<https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3831/3375>. Acesso em: 04 jul. 2012.

PINHEIRO, Noslen Nascimento. **A expressividade dos neologismos sintagmáticos na prosa de Mário de Andrade**. 2008. (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo, 2008.

PRODANOV; FREITAS, **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/Ebook%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2023.

REFAIE, Elisabeth El. **Understanding visual metaphor: The example of newspaper cartoons**. *Visual communication*, v. 2, n. 1, p. 75-95, 2003.

ROCHA, Luiz Fernando Matos. O condão cognitivo: passe de mágica como metonímia. **Recorte: revista de linguagem, cultura e discurso**, v. 2, 2005.

SABINO, O sentido do ensino da metáfora e da metonímia. *In: Congresso Internacional Metodismo e Transformação Social: Metaforizando Fronteiras*. Belo Horizonte: PUC Minas, 2018. p. 352 - 367. Disponível em: <http://www.lettras.ufmg.br/congressometafora/Sabino.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2024.

SILVA, Augusto Soares. A Linguística cognitiva: uma breve introdução a um novo paradigma em linguística. **Revista Portuguesa de Humanidades**, v. 1, n. 1-2, p. 59-101, 1997.

SILVA, Ana Fernanda Carnellosso *et al.* Violência doméstica contra a mulher: contexto sociocultural e saúde mental da vítima. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 3, p. e35932363-e35932363, 2020.

SOUZA, André. **Primeiros Verbos: Uma análise da produtividade de uma criança acerca da morfologia de verbos regulares em português brasileiro**. Belo Horizonte, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG. 113p. 2007 (Dissertação de Mestrado em Psicologia do Desenvolvimento).

SPERANDIO, Natália Elvira. **O Modelo Cognitivo Idealizado no Processamento Metafórico**. Disponível em: https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/mestletras/DISSERTACOES_2/o_modelo_cognitivo.pdf. Acesso em: 23 abril de 2024.

TAYLOR, J. R. **Prototypes in cognitive linguistics**. *In: Robinson, P.; Ellis, N. C. (Org.)*. *Handbook of cognitive linguistics and second language acquisition* New York: Routledge, 2008.

TULVING, E. **The Oxford handbook of memory**. Oxford; New York: Oxford University Press, 2000.

VAN DIJK, Teun A. Social cognition and discourse. *In*: GILES, H.; ROBINSON, P. (Eds.). **Handbook of language and social cognition**. London: Chichester Wiley, 1990. p. 163-167.

VAN DIJK, Teun A. **Ideology and Discourse**: a Multidisciplinary Introduction. Barcelona: Pompeu Fabra University, 2003.

VEREZA, Solange Coelho. Cognição e sociedade: um olhar sob a óptica da linguística cognitiva. **Linguagem em (Dis)curso** – LemD, Tubarão, SC, v. 16, n. 3, p. 561-573, set./dez. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ld/a/X7DTzb3DFqDPYvNrszLxVSB/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 17 jul. 2023.

VEREZA, Solange Coelho. Metáfora e argumentação: uma abordagem cognitivo-discursiva. *In*: **Linguagem em (Dis)curso**. v. 7, n. 3, p. 487-506, set./dez. 2007. Disponível em: http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Linguagem_Discurso/article/view/374/39. Acesso em: 07 jul. 2024.

WORLD HEALTH ORGANIZATION, @who.int/coronavirus ou covid19.who.int

UNITED NATIONS ORGANIZATION, @un.org/coronavirus.

ZANOTTO, Mara Sophia. (1995). Metáfora, cognição e ensino de leitura. **D.E.L.T.A.**, n. 11, p. 241- 254.