

# AZUL, ROSA E O USO DA METONÍMIA CONCEPTUAL NAS REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO EM CHARGES E QUADRINHOS

Ana Paula Ferreira (CPII)

[anapaferr@gmail.com](mailto:anapaferr@gmail.com)

## RESUMO

Considerando a metonímia como um processo linguístico e cognitivo de fundamental importância para a elaboração e comunicação de pensamentos, e reconhecendo seu caráter persuasivo na orientação de comportamentos, o presente estudo tem como objetivo identificar o seu uso em *charges* e quadrinhos que abordem as representações de gênero e/ou reflitam sobre o conceito de feminismo, a fim de reconhecer os papéis culturalmente identificados como masculinos e femininos em nossa sociedade. Para tanto, fundamenta-se em estudos acerca da metonímia conceptual desenvolvidos por Biernacka (2013), Langacker (1993), Levin e Lindquist (2007), Littlemore (2015), Kövecses (2006), Kövecses e Radden (1999), Radden et al. (2007). No material analisado, coletado em páginas direcionadas a partir de redes sociais durante os meses de dezembro de 2018 e janeiro de 2019, foram confirmadas as utilizações metonímicas com efeito de despersonalização – predominante em discursos sexistas e preconceituosos –, o reforço de imagens estereotipadas relacionadas a homens e mulheres, assim como avaliações negativas sobre o feminismo.

### Palavras-chave

Feminismo. Gênero. Linguística cognitiva. Metonímia conceptual.

## 1. Introdução

A metonímia costuma ser relacionada à metáfora; ambas são um processo linguístico e cognitivo, em que uma coisa é usada para falar sobre outra. Como ocorre na metáfora, na metonímia, normalmente, um conceito mais simples ou concreto é utilizado para se referir a outro, mais complexo ou abstrato. E desse modo, a todo o momento, pensamos metonimicamente, com vistas a gerenciar a grande quantidade de informações que temos sobre o mundo, através do uso de um aspecto bem conhecido de algo na compreensão da situação como um todo.

Alguns linguistas cognitivos, visando facilitar o contraste entre ambas, empregam o conceito de domínio, defendendo que a metáfora envolve um mapeamento entre domínios distintos, enquanto, na metonímia, o mapeamento ocorre dentro de um único domínio.

A noção de similaridade e contiguidade também é recorrente. Peirsman e Geeraerts (2006) explicam que a metáfora envolve similaridade (ou seja, grosso modo, entidades, que não são relacionadas – ou não

são consideradas relacionadas no contexto em questão -, são comparadas); a metonímia, entretanto, requer contiguidade (existe uma relação mais próxima entre o termo e o seu referente). A contiguidade, porém, é um conceito difícil de ser percebido, visto que pode variar de acordo com o contexto e o ponto de vista. Isso dificulta a investigação por parte do analista, mas, do ponto de vista do usuário, a metonímia é uma maneira muito mais sutil de transmitir nuances, perspectivas e avaliações, como será abordado mais à frente.

De modo resumido, como define Kövecses (2006),

A metonímia é um processo cognitivo em que um elemento conceptual ou entidade (coisa, evento, propriedade), o veículo, evoca um acesso mental a outra entidade conceptual (coisa, evento, propriedade), o alvo, dentro de um mesmo *frame*, domínio, ou modelo cognitivo idealizado (MCI). Nós podemos conceber esse processo como um “mapeamento entre domínios”, em que a entidade veículo é mapeada na entidade alvo.<sup>1</sup> (KÖVECSES, 2006, p. 99) (tradução nossa)

Assim, quando alguém afirma, por exemplo, que não tem a intenção de “colocar uma aliança no dedo”, faz uso de um pensamento metonímico, em que a ação de pôr a aliança (o veículo) representa todo um evento (o alvo): o casamento (cerimônia, assinatura de papéis que atestam um compromisso etc.), o que é possibilitado pelo fato de a troca de alianças pertencer ao *frame* de casamento.

O uso da metonímia nos permite pensar sobre as coisas do mundo e comunicar os nossos pensamentos. Uma das razões para o seu uso é a impossibilidade (ou falta de interesse) de a linguagem abranger a todos os aspectos possíveis e relevantes em uma interpretação (RADDEN *ET AL.*, 2007). Trata-se, desse modo, de um importante processo linguístico e cognitivo, assim como uma eficiente estratégia de convencimento, como será confirmado posteriormente.

O presente trabalho busca, a partir desse reconhecimento, identificar o uso de metonímias em charges e quadrinhos que abordem as relações de gênero e/ou que tratem sobre o conceito de feminismo, a fim de

---

<sup>1</sup> “Metonymy is a cognitive process in which a conceptual element or entity (thing, event, property), the vehicle, provides mental access to another conceptual entity (thing, event, property), the target, within the same frame, domain, or idealized cognitive model (ICM). We can conceive of this as a “within-domain mapping”, where the vehicle entity is mapped onto the target entity.”

verificar quais seriam as representações recorrentes em relação aos comportamentos considerados socialmente como masculinos e femininos.

A preocupação com as diferenças entre os sexos é bastante relevante em nosso contexto atual, visto que, novamente, vem se tornando pauta de discussões acaloradas. Longe de permanecer restrita a pesquisadores de diferentes áreas, “especialistas” das redes sociais debatem constantemente sobre o papel do homem e da mulher, o que justifica a escolha desse meio de comunicação como ponto de partida para recolher o material deste estudo.

## 2. *A metonímia e a escolha de Veículos significativos*

Pensamos metonimicamente porque é impossível fisicamente ativar todo conhecimento que temos sobre um conceito particular de uma só vez, assim, tendemos a focalizar em um aspecto saliente desse conceito, e torná-lo um “ponto de acesso” ao conceito integral. É exatamente isso o que ocorre, por exemplo, com a fala da ministra Damares Alves (“menino veste azul e menina veste rosa”), reproduzida na figura 1.

Figura 1.



Fonte: *Escreva, Lola, Escreva*, 04/01/2019. Disponível em: <http://escrevalolaescreva.blogspot.com/2019/01/a-ultima-da-boba-da-corte.html>. Acesso em 05/01/2019.

Ao afirmar que azul é cor de menino, Damares cria uma relação metonímica entre vestir uma cor que é culturalmente associada ao sexo masculino desde muito cedo (enxoval, chá de bebê, decoração) e o que se espera socialmente do comportamento de um homem. Assim, não há necessidade de ela abordar em seu discurso todas as características que um homem deve ter e o que ele pode ou não fazer.

Vestir azul é o ponto de partida para a construção de um cenário maior, tornando acessível, de modo simples, o conceito de masculinidade: ser forte, destemido, protetor, provedor, agressivo, racional e heterossexual. O mesmo ocorre com o vestir rosa e as atribuições femininas: ser frágil, sensível, delicada, emotiva, submissa e heterossexual.

Devido a essa sua característica, a metonímia é utilizada de modo eficiente na comunicação de ideias complexas, e pode servir para abreviar eventos e ideias mais longas, conforme efetuado nas figuras 2 e 3.

Figura 2.



Fonte: Garota da Telha, 28/04/2017. Disponível em: <http://garotadatelha.blogspot.com/2017/04/cafe-amigas-e-terapia-combinacao.html>. Acesso em 05/01/2019.

Figura 3.



Fonte: Facebook de Bar Claymore, 29/09/2018. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/BarClaymore/photos/%C3%A0s-vezes-tomar-uma-cerveja-com-teu-melhor-amigo-%C3%A9-a-melhor-terapia-que-voc%C3%AA-prec/1944921045588975/>. Acesso em 05/01/2019.

Na figura 2, a ação de tomar um café de modo algum se limita a esse ato. O café pode ser a parte de um lanche, ou pode até não estar presente, sendo substituído por um suco ou outra bebida. Mais do que isso, ele está no lugar de um evento social, um encontro com uma amiga, em que as duas pessoas irão conversar, falar sobre a vida, trocar ideias.

O mesmo é observado no correspondente masculino, observado na figura 3: o evento social é metonimicamente representado pela bebida. A diferença está no fato de o Veículo, para as mulheres, ser o café, enquanto, para os homens, ele é a cerveja. Provavelmente, pelo fato de bebidas alcoólicas serem socialmente mais aceitas quando consumidas por homens do que por mulheres (aliás, o consumo de álcool é, muitas vezes, associado à masculinidade), e também porque cervejas são consumidas em bares e outros ambientes noturnos, os quais nem sempre seriam “recomendáveis” às mulheres.

Não por acaso, a metonímia é bastante utilizada quando há, deliberadamente, a intenção de ser vago. A vaguidão ou falta de especificidade decorrente da metonímia pode ser justificada por se tratar de um assunto sensível, porque não há conhecimento suficiente por parte do locutor sobre o assunto tratado, porque ele não quer se comprometer ou mesmo com a finalidade de aguçar a curiosidade de seu interlocutor.

Littlemore (2015) apresenta, como exemplo de aproximações vagas, o uso, na língua inglesa, da expressão “*boys will be boys*”, que em português, corresponderia a “garotos serão garotos”. A autora destaca que o primeiro “garotos” é usado para se referir a uma categoria e, metonimicamente, também menciona homens mais velhos, colocando meninos e homens em um mesmo grupo, o que indicaria que os homens mantêm o comportamento de meninos. No segundo “garotos”, a metonímia é utilizada para se referir a características típicas dos garotos, ou seja, a elementos considerados masculinos, como a agressividade, a falta de compromisso, a impulsividade, entre outras. Não há, aqui, de modo algum, uma tautologia vazia.

Assim, mais do que transmitir ideias de modo simples e objetivo, a metonímia, muitas vezes, é um instrumento persuasivo, responsável pela defesa de um ponto de vista, que possibilita, aos interlocutores, uma cumplicidade na construção de significados compartilhados socialmente.

### **3. Os tipos de metonímia: classificação e escolha de veículos**

A classificação dos tipos de metonímia há muito vem sendo feita na literatura. Nos livros escolares, as metonímias costumam ser identificadas a partir da apresentação de uma lista, a qual é decorada, muitas vezes, pelos alunos, para posterior reprodução na hora de sua identificação em exercícios padrão.

Assim, aprende-se: AUTOR PELA OBRA, MARCA PELO PRODUTO, PARTE PELO TODO, CONTINENTE PELO CONTEÚDO (na literatura, costuma-se usar o versalete para se referir aos tipos de metonímias), entre outras substituições, e os exemplos clássicos, como “Li Machado de Assis”, “bebi uma Coca-Cola”, “pediu a sua mão em casamento”, “comeu o prato inteiro”. Em todos eles, constata-se a relação entre as duas entidades, a que substitui e a que é por esta substituída. No primeiro exemplo, Machado de Assis e sua obra pertencem ao mesmo domínio, não sendo necessário grande esforço para o entendimento do que está sendo dito.

Radden e Kövecses (1999) dividem os tipos de metonímias em duas categorias gerais, tendo como base a noção de que nosso conhecimento de mundo é estruturado a partir de *frames*. Como estes são conceptualizados como um todo formado por partes, seriam duas as configurações gerais de todos e partes que dão origem a relações de produções metonímicas: TODO E PARTE, e PARTE E PARTE.

As metonímias TODO E PARTE envolvem situações em que o todo é usado para se referir a uma parte dele ou aquelas em que a parte de algo representa o todo. Os exemplos para essas situações, trazidos por Kövecses (2006), são: “ele me bateu” e “a América está em guerra”. No primeiro, os pronomes pessoais (“ele” e “me”), que indicam a pessoa inteira, são utilizados para representar apenas uma parte dela, como a “mão” e a “mandíbula”. No segundo, “América” se refere aos “Estados Unidos da América”.

Nas metonímias PARTE E PARTE, algo é usado para se referir a um conceito ao qual ele está apenas relacionado. Seria o caso de “ela se casou com o dinheiro”, em que o “dinheiro” é apenas algo que pertence ao marido, e, não, uma parte dele.

Reconhecendo a importância dos efeitos pragmáticos do uso da metonímia, Littlemore (2015) se vale da classificação de Radden e Kövecses (1999) e para destacar que as do tipo PARTE PELO TODO, por exemplo, tendem a ter um forte efeito de despersonalização, na medida em que reduzem a pessoa a um dos seus atributos, predominando, desse modo, no discurso sexista e em outras formas de preconceito.

Quando uma mulher reclama que os homens a veem “apenas como um par de pernas”, ela é tratada de modo ofensivo e desumanizado. Sendo a linguagem metonímica processada na mente do mesmo modo que a literal, a pessoa em questão é quase reduzida a uma imagem de suas pernas.

Do mesmo modo, a ideia de que um grupo de pessoas tem uma “propriedade definidora” é nociva, criando artificialmente uma categoria com membros que compartilham um traço, conforme pode ser observado na figura 4.

Figura 4.



Fonte: *Notas para Elas*, 01/06/2018. Disponível em: <https://medium.com/@projetoesspm/notas-sobre-o-perfil-de-uma-feminista-66cda4780030>. Acesso em 27/12/2018.

Nesta representação, todas as feministas foram agrupadas em um único grupo, definido por duas características: são gordas e querem destruir o papel do homem na evolução da sociedade. A base da natureza metonímica do preconceito baseado em estereótipos é construída exatamente desta forma: os membros de uma categoria são agrupados como se houvesse uma homogeneidade entre eles. No exemplo em questão, vale a pena questionar sobre a visão pejorativa manifestadas às mulheres gordas.

Em relação aos termos e frases utilizados como veículos metonímicos, Radden e Kövecses (1999) identificaram quais os princípios que

fariam com que estes fossem selecionados preferencialmente no lugar de outros. Entre os critérios, destacam-se os seguintes:

- **CONCRETO PELO ABSTRATO:** itens concretos são mais propensos a serem escolhidos para a utilização com função metonímica do que os abstratos, pois são mais facilmente percebidos. Assim, é mais fácil afirmar que o homem deve “honrar as calças que veste” do que falar em “virilidade” e “masculinidade”, por exemplo, visto que a imagem de uma calça é mais fácil de ser visualizada.

- **HUMANO PELO NÃO HUMANO:** nossas experiências emergem de uma visão antropocêntrica do mundo e de nossa interação com ele, por isso, damos preferência ao que é humano sobre o não humano. Assim, tendemos a atribuir características humanas a entidades inanimadas e a eventos. Littermore (2015) ilustra esse critério com um exemplo bastante utilizado na literatura de língua inglesa, “*the sax has flu*”, que corresponderia, em português a “o sax está com gripe”, em que o instrumento é usado para se referir metonimicamente ao instrumentista.

- **BÁSICO PELO NÃO BÁSICO:** algo básico é usado preferencialmente no lugar do que não é básico, frequentemente quando há a intenção de ser vago. Os autores apresentam, como exemplo, forma correspondente a “já ouvi essa história cerca de uma dúzia de vezes”.

- **INÍCIO OU FIM PELO MEIO:** eventos complexos são conceitualizados como todos formados por partes. Destas, as que ocorrem no início ou no fim de um determinado processo tendem a ser escolhidas para representar o processo inteiro, o que não ocorre com as que acontecem no meio. Desse modo, os autores justificam o fato de “colocar a chaleira no fogo” ser usado metonimicamente para indicar que irá fazer chá em vez de “colocar os saquinhos de chá no pote”, visto que esse é um processo intermediário.

Do mesmo modo, casos extremos possuem maior potencial metonímico para representar uma escala como um todo do que os casos encontrados no meio desta. Por isso, uma pousada afirma que fica aberta “do verão ao inverno”, e não “da primavera ao outono”, pois o verão e o inverno possuem características mais marcantes e que os diferenciam um do outro.

- **ESTEREOTIPADO PELO NÃO ESTEREOTIPADO:** ideias estereotipadas tendem a ser veículos metonímicos, pois seus conceitos são mais acessíveis ou disponíveis cognitivamente do que os menos estereotipados e, assim, mais propensos a serem utilizados como ponto de acesso a outras ideias. O já mencionado exemplo “*boys will be boys*”, lembrado



por Littlemore (2015), corresponderia a esse princípio, refletindo uma visão estereotipada dos papéis de gênero, em que se restringem os comportamentos considerados adequados às mulheres.

Radden e Kövecses (1999) reconhecem que as características do gênero e do registro, tais como a relação entre os interlocutores, o campo do discurso, os objetivos comunicativos gerais e o modo da comunicação, também são levados em conta na seleção dos veículos e dos significados metonímicos.

Para a identificação de metonímias em um texto, Biernacka (2013) adaptou o Procedimento de Identificação de Metáforas – doravante, PIM – (PRAGGLEJAZ, 2007), fazendo uma combinação deste procedimento com a proposta de Cameron (2003) para a localização de metáforas.

O PIM trabalha com a identificação de metáforas a partir de palavras isoladas, ao invés de trabalhar com frases e sentenças. Isso fez com que Cameron (2003) propusesse uma nova abordagem, levando em consideração sintagmas metafóricos, distanciando-se, assim, do esquema “palavra-por-palavra”.

Juntando os dois procedimentos, Biernacka (2013, p. 117) apresenta os seguintes passos para a identificação de metonímias:

1. Ler o texto inteiro para ter uma compreensão global do seu significado.

2. Determinar as unidades lexicais.

3. Decidir quanto à metonimicidade de cada unidade lexical:

- a) para cada unidade lexical, estabelecer seu significado contextual, levando em consideração como ele se aplica na situação evocada pelo texto, levando em consideração o que estava sendo abordado antes e depois da expressão examinada.

- b) para cada unidade lexical, determinar se há um significado mais básico em outros contextos.

- c) se houver um significado mais básico em outros contextos, verificar se há entres eles uma relação de contiguidade (proximidade).

4. Confirmada a relação de contiguidade no item 3C, buscar antes e depois da unidade lexical (verificando se outras unidades lexicais pertencem semanticamente ao conjunto) para determinar a extensão do veí-

culo metonímico. Marcar a(s) unidade(s) lexical(is) como veículo de metonímia.

Para ilustrar esse procedimento, Littlemore (2015) recorre ao seguinte fragmento do jornal britânico *The Guardian*, edição de 21 de janeiro de 2013: “*West overlooked risk of Libya weapons reaching Mali, says expert – US, Britain and France focused on securing anti-aircraft missiles but neglected other weapons*”<sup>2</sup>.

As palavras “US”, “Britain” e “France” são boas candidatas a atuarem como metonímias. O sentido que elas apresentam no texto (membros do governo) é diferente de seu sentido mais básico (localização geográfica). Os dois sentidos estão intimamente relacionados, com o nome do país se referindo aos governantes do país.

O termo “oeste” também pode ser identificado como metonímia, em que a localização geográfica substitui os países que se pertencem a essa região, os quais, por sua vez, são utilizados para falar sobre os governantes desses países.

#### 4. A metonímia em uso: avaliação e persuasão na construção de significados

Uma das funções mais importantes da metonímia é a de possibilitar a avaliação de pessoas e coisas de modo sutil (LEVIN; LINDQUIST, 2007). De modo mais claro, em determinado tipo de metonímia, a característica saliente de uma pessoa, ou que é mais relevante em uma situação, é utilizada para se referir a pessoa como um todo, possuindo, assim, efeito despersonalizante, e contendo avaliações sutis (geralmente negativas) sobre quem se está falando, como ocorre na figura 5.

Figura 5.



Fonte: *Mentirinhas*, 01/04/2014. Disponível em: <http://mentirinhas.com.br/mentirinhas-610/>. Acesso em 27/12/2018.

Ao falar sobre a “gorda”, a personagem destaca uma característica da menina que está sendo observada, fazendo com que ela seja resumida a essa única propriedade. Verifica-se uma despersonalização, é uma gorda, e isso é mais importante do que qualquer outro atributo (a menina pode ser alta, baixa, loira, morena, ter olhos verdes ou castanhos etc. – se nos mantivermos só nos aspectos físicos), os quais são deixados de lado.

Os complementos associados à “gorda” confirmam a avaliação depreciativa, ela “se acha”, “finge que é feliz”, “a gorda tem namorado” (com interjeição indicativa de surpresa, afinal, como alguém pode se interessar por uma gorda?).

De modo bastante interessante, no final da tirinha, há a presença de uma metáfora, em que as PALAVRAS OFENSIVAS, depreciativas são conceptualizadas como um VENENO, e uma outra metonímia, em que a língua é utilizada na representação do ato de falar, o que nos leva a uma nova metáfora com a LÍNGUA entendida como o RECEPTÁCULO onde o veneno ficaria guardado, e, assim, ao mordê-la, este acabou sendo liberado.

Langacker (1993) esclarece, com sua noção de “zona ativa”, que a metonímia destaca características particulares de um dado fenômeno, enquanto coloca as outras em segundo plano. Essa perspectivação é usada para ressaltar a informação que é mais relevante para o usuário. Assim, a metonímia não só é eficiente para fornecer determinado ponto de vista, como, conscientemente, ou não, para persuadir o interlocutor.

Consequentemente, muitas vezes, a metonímia também é utilizada para passar uma imagem equivocada sobre um determinado assunto, reduzindo-o a uma ideia estereotipada, como pôde ser comprovado com a figura 4. Ao afirmar que feministas querem destruir o papel do homem na sociedade para não ter de emagrecer, toda as feministas são represen-

tadas como mulheres gordas e toda a luta do movimento feminista é resumida a um interesse de aniquilar o homem devido a razões estéticas.

A metonímia é também eficiente na obtenção de outros propósitos, tais como o humor (DEIGNAN et al., 2013; PANTHER, THORNBURG, 2007; IBÁÑEZ, CAMPO, 2002), como se pode observar na figura 6.

Figura 6.



Fonte: *Descomplica*, 29/08/2010. Disponível em: <https://descomplica.com.br/blog/portugues/aula-ao-vivo-classes-gramaticais-palavras-invariaveis/>. Acesso em 27/12/2018.

Ao considerar que, na barba, residia a autoridade, a determinação e a essência do poder do rei, a rainha se vale de um encadeamento metonímico, em que uma metonímia dá origem a outra, de valor afetivo e pragmático: a barba se refere à figura masculina, sendo essa, por sua vez, também associada metonimicamente às qualidades mencionadas por ela (culturalmente, atribuídas aos homens). Curiosamente, o humor é obtido pelo fato de o rei não ter essas características, restando-lhe, somente, o símbolo metonímico.

## 5. Considerações finais

Pode-se inferir, portanto, que o sucesso na comunicação metonímica requer um conhecimento comum entre os interlocutores, considerando suas concepções acerca do mundo e suas expectativas de como as coisas devem ser (ESCRIBANO; RIEJOS, 2008). Seu sentido é extre-

mamente flexível e aberto à interpretação, dependendo fortemente do contexto e da experiência compartilhada.

Uma metonímia pode pertencer ao discurso de uma comunidade específica, não sendo compreendida eficientemente por aqueles que não pertencem ao grupo, auxiliando, desse modo, na definição da identidade dos membros dessa comunidade discursiva. Ou seja, a metonímia ajuda a construir relações através de apelos ao conhecimento compartilhado, o que, conseqüentemente, pode facilitar o distanciamento social.

Concluindo, verifica-se que, tanto as metáforas quanto as metonímias, são igualmente empregadas no discurso cotidiano, ambas com importantes funções comunicativas. Ao possibilitar que seus produtores se refiram a ideias e cenários complexos com o uso de poucas palavras, elas tornam o conceito evocado mais do que se este tivesse sido expresso pela linguagem literal, revelando não só aspectos sobre o pensamento humano, como as influências culturais e ideológicas no modo como as pessoas pensam e agem (GIBBS, 1994).

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIERNACKA, Ewa. *The role of metonymy in political discourse*. Trabalho não publicado, 2013.

CAMERON, Lynne. *Metaphor in educational discourse*. London: Continuum, 2003.

DEIGNAN, Alice et al. *Figurative Language, Genre and Register*. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.

ESCRIBANO, Pilar Durán; RIEJOS, Ana Roldan. The role of context in the interpretation of academic and professional communication. In: MACEDA, Teresa Gibert; JUEZ, Laura Alba (ed.). *Estudios de filología inglesa: homenaje a la dra Asunción Alba Pelayo*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2008. p. 81–94.

GIBBS, Raymond. *The poetics of mind: figurative thought, language, and understanding*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

IBÁÑEZ, Francisco José Ruiz de Mendoza; CAMPO, José Luis Otal. *Metonymy, Grammar and Communication*. Granada: Comares, 2002.

KÖVECSES, Zoltán. *Language, mind, and culture: a practical introduction*. New York: Oxford University Press, 2006.

LANGACKER, Ronald Wayne. Reference-point constructions. *Cognitive Linguistics*, v. 4, p. 1-38, 1993.

LEVIN, M; LINDQUIST, H. Sticking one's nose in the data: evaluation in phraseological sequences with nose. *ICAME Journal*, n. 31, p. 87-110, 2007.

LITTLEMORE, Jeannette. *Metonymy: hidden shortcuts in language, thought and communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.

PANTHER, Klaus-Uwe; THORNBURG, Linda. Metonymy. In: GEERAERTS, Dirk; CUYCKENS, Hubert (eds.) *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. New York: Oxford University Press, 2007. p. 236-62

PEIRSMAN, Yves; GEERAERTZ, Dirk. Metonymy as a prototypical category. *Cognitive Linguistics*, v. 17, n. 3, p. 269-316, 2006.

PRAGGLEJAZ GROUP. MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol*, v. 22, n. 1, p. 1-39, 2007.

RADDEN, Gunter et al. The construction of meaning in language. In: \_\_\_\_\_ et al. (Eds). *Aspects of meaning construction*. Amsterdam: John Benjamins, 2007. p. 1-15

\_\_\_\_\_; KÖVECSES, Zoltán. Towards a theory of metonymy. In: PANTHER, Klaus-Uwe; RADDEN, Gunter (eds.). *Metonymy in Language and Thought*. Amsterdam: John Benjamins, 1999. p. 17-59