

A METÁFORA DO CANAL NO CONTEXTO DA COMUNICAÇÃO DIGITAL

Mayara de Araújo Mattos

Orientadora: Solange Coelho Vereza

Mestrando

RESUMO: Tendo como base a Linguística Cognitiva, tratamos, nesse estudo, da Metáfora do Canal, proposta por Reddy (1979). Mais especificamente, discutimos a relação entre a metáfora do canal e as novas formas de comunicação digital. Com a evolução da internet e a propagação das mídias sociais, o processo comunicativo tem sofrido algumas transformações, o que interfere também na maneira como as pessoas falam sobre a comunicação em si. Dessa forma, a presente pesquisa busca atender aos seguintes objetivos: (a) fazer o mapeamento do frame de comunicação digital; (b) verificar que aspectos do frame da metáfora do canal foram recrutados para a comunicação digital e quais foram adaptados ou modificados; (c) investigar a maneira como as pessoas falam sobre a comunicação digital e quais são as novas palavras empregadas para esse propósito, como, por exemplo, postar, compartilhar etc. Para tanto, a pesquisa está alicerçada nos pressupostos da linguística cognitiva, mais especificamente, nos postulados da metáfora do canal (REDDY, 1979), na semântica de frames (FILLMORE, 2006) e nas considerações de Shepherd e Saliés (2013) sobre a linguística da internet. Os resultados iniciais indicam que a noção de comunicação como transmissão de ideias permanece muito forte no meio virtual, mas, ainda assim, alguns elementos do frame da metáfora do canal foram modificados para se enquadrar a esse novo tipo de comunicação. A noção de contêiner apenas como palavras, por exemplo, foi ampliada, pois no contexto digital as imagens, os emotions, os links etc. também funcionam como recipientes de ideias; o vocabulário também sofreu alterações, visto que há palavras específicas do meio virtual para se referir ao processo comunicativo, como postar e publicar. Entende-se, portanto, que ainda que a ideia central da teoria da metáfora do canal permaneça na comunicação digital, alguns elementos do seu frame tiveram que ser readaptados ao novo tipo de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Metáfora do Canal, Comunicação Digital, Linguística Cognitiva

Introdução

A palavra comunicação vem do latim *communicare*, que significa “partilhar algo, pôr em comum”. Como a etimologia da palavra sugere, comunicação se trata de um conceito eminentemente social, inerente à relação que os seres vivos mantêm quando se encontram em grupo. Quando eu comunico alguma coisa a alguém, essa coisa se torna comum a ambos; quando se publica uma notícia, ela passa a fazer parte da comunidade. Comunicação, portanto, está ligada à ideia de compartilhamento e transmissão de informação.

Segundo Reddy (1979 [2000]), as pessoas conceptualizam metaforicamente a comunicação como um processo de transmissão de ideias ou informações. Nesse sentido, a comunicação é compreendida como um processo no qual “o falante coloca ideias (objetos) dentro de palavras (recipientes) e as envia (através de um canal) para o ouvinte, que retira as ideias-objetos das palavras-recipientes”. (LAKOFF E JOHNSON, 2002 [1980], p. 54). As palavras – objetos passíveis de serem transportados – carregam as mensagens (cargas) e fazem a ligação entre a origem e o destino. A informação está contida dentro das palavras e é transmitida fisicamente do falante/escritor para o ouvinte/leitor. Nessa lógica, comunicar nada mais é do que transportar as ideias da mente de um falante para a de outro.

Reddy comprovou, através de um número significativo de exemplos, que as pessoas, de modo geral, falam sobre a comunicação com base na metáfora do canal. Porém, é relevante ponderar que, com a evolução da internet e a propagação das mídias sociais, o processo comunicativo vem sofrendo algumas transformações e, conseqüentemente, podemos levantar a hipótese de que a maneira como as pessoas falam sobre ele também tenha mudado. Nesse sentido, essa pesquisa tem como objetivo principal mapear o frame de comunicação digital, para observar quais elementos da Metáfora do Canal permaneceram os mesmos e quais foram adaptados ao novo tipo de comunicação. Buscamos também compreender a nova era da linguagem na comunicação via internet e, para isso, investigamos a maneira como as pessoas falam sobre a comunicação digital e quais são as novas palavras empregadas para esse propósito, como, por exemplo, *postar*, *twittar*, *compartilhar*, entre outras.

Comunicação segundo a Metáfora do Canal

Reddy (1979 [2000]), em seu ensaio chamado “The Conduit Metaphor” (Metáfora do Canal), investigou a maneira como nós conceptualizamos metaforicamente o conceito de comunicação. Partindo da ideia de que uma sociedade com melhores comunicadores poderia ter menos conflitos, o autor analisou diversos enunciados que as pessoas usam para falar sobre o processo comunicativo e constatou que, de maneira geral, esses enunciados evidenciam que:

(1) a linguagem funciona como um conduto, transferindo pensamentos corporeamente de uma pessoa para a outra; (2) na fala e na escrita, as pessoas inserem nas palavras seus pensamentos ou sentimentos; (3) as palavras realizam a transferência ao conter pensamentos ou sentimentos e conduzi-los às outras pessoas; (4) ao ouvir e ler, as pessoas extraem das palavras os pensamentos e os sentimentos novamente (REDDY, 1979 [2000], p.12).

Sendo assim, podemos dizer que a comunicação é conceptualizada como um processo de transmissão de ideias ou informações, em que o emissor coloca as suas ideias em palavras e as envia, através de um canal, para o receptor. Nesse sentido, comunicar consiste em transmitir e, dentro disso, a linguagem é um canal para o envio das ideias e pensamentos. A noção principal da Metáfora do Canal é a de que uma comunicação com êxito supõe que o ouvinte ou leitor receba o significado, já depositado nas palavras, em sua mente.

Basicamente, a ideia seria a codificação/decodificação de conceitos, em que falante e ouvinte não necessitam de qualquer habilidade comunicativa. O código atuaria como um conjunto de regras e sinais conhecidos por todos, formando assim um contexto único. Logo, essa metáfora não leva em consideração o mundo social, nem o fato de que os sujeitos são indivíduos que agem discursivamente nas relações sociais que estabelecem.

A Metáfora do Canal revela, portanto, uma idealização do processo comunicativo, em que emissor e receptor teriam uma simples função de colocar e retirar as ideias das palavras, respectivamente. Essa é uma forma congelada de se pensar e falar sobre a comunicação. Segundo Lakoff e Johnson (1980 [2002]), a Metáfora do Canal é um tipo de metáfora convencionalizada, incorporada de tal maneira à nossa comunicação do dia-a-dia, que já não exige qualquer esforço de nossa parte para compreensão e

processamento, como se tratasse mesmo de uma linguagem literal. As pessoas não têm consciência dela, isto é, se comunicam com base na crença de que a comunicação é realmente um processo transparente e unívoco e não uma coconstrução com base em nossas experiências no mundo.

Reddy salienta que, diferente do que a Metáfora do Canal descreve, no processo comunicativo nós não recebemos ideias e pensamentos diretamente em nossas mentes, ao contrário disso, nós construímos, a partir de nosso próprio repertório, as ideias semelhantes a de outras pessoas. Assim, falar e ouvir são ações participativas que ultrapassam a simples transferência física de pensamentos. De acordo com o autor, a comunicação pode ser comparada a uma construção, em que o significado não estaria mais contido dentro das palavras, mas seria construído na interação dos comunicantes. Nesse sentido, Reddy (1979 [2000], p.14) traz um outro modelo de comunicação que ele chama de *paradigma dos construtores de instrumentos*. Esse paradigma busca expor como se dá, de fato, a comunicação entre as pessoas, e como essa comunicação é desgastante e sujeita a falhas de interpretação. Porém, ainda que esse paradigma forme uma visão coerente do que acontece no processo comunicativo, não corresponde à maneira como falamos e pensamos sobre tal. A nossa linguagem sobre a comunicação é estruturada pela metáfora do canal, e se tentamos evitá-la, ficamos praticamente sem palavras quando a comunicação passa a ser o assunto central.

O próprio autor afirma que, apesar de não ser imprescindível que se faça uso da metáfora do canal para falar sobre a comunicação, buscar evitá-la nos traria sérias dificuldades linguísticas, pois teríamos que falar cuidadosamente, com atenção constante, o que geraria um gasto de energia muito maior do que o necessário; além do quê, seria preciso criar uma nova linguagem à medida que fôssemos reestruturando nosso pensamento. Na prática, se tentássemos evitar todas as expressões da metáfora do canal, ficaríamos praticamente sem palavras para nos expressar, além do fato de que a mensagem dificilmente teria o mesmo impacto significativo.

Ademais, é válido destacar que Lakoff e Johnson (1980 [2002]) deram um tratamento mais explícito à Metáfora do Canal ao descobrirem metáforas conceptuais subjacentes às expressões linguísticas metafóricas. Com isso, eles demonstraram que o que foi considerado por Reddy como metáforas linguísticas individuais, são, na verdade, expressões metafóricas alicerçadas em metáforas conceptuais. Esses autores consideram que a Metáfora do Canal é uma metáfora complexa, constituída por uma rede de metáforas

conceptuais, tais como MENTE É RECIPIENTE / IDEIAS (OU SENTIDOS) SÃO OBJETOS / PALAVRAS (OU EXPRESSÕES LINGUÍSTICAS) SÃO RECIPIENTES / COMUNICAR É ENVIAR OU TRANSFERIR A POSSE / COMPREENDER É PEGAR (OU VER) (LAKOFF, 1985, p. 49-68).

Comunicação Digital

De acordo com Sardinha (2013), a internet deu vazão a novas formas de comunicação - como e-mails, blogs, Twitter, Facebook etc. - que trouxeram uma nova configuração à linguagem e ao processo comunicativo. O século XXI foi o marco dessa revolução digital que introduziu novas formas e conceitos à comunicação social. Pode-se dizer, dessa forma, que, na atual sociedade da informação, a internet é uma espécie de protótipo de novas formas de comportamento comunicativo (MARCUSCHI, 2010).

Segundo Rajagopalan (2013, p.45), essa evolução digital deu origem a uma variante linguística ainda em construção, que está sendo moldada de acordo com as necessidades que vão surgindo. Essa nova variante é denominada internetês, e caracteriza-se por ser uma síntese de tudo o que está ocorrendo na esfera digital; em outras palavras, essa variante linguística é criada e movida pela criatividade dos usuários das mídias digitais. Como apontam Carvalho e Kramer (2013, p.78), à medida que a comunicação digital se desenvolve, um novo material linguístico deve ser criado. Como ocorreu, por exemplo, com o verbo baixar que, de acordo com o dicionário Aurélio, adquiriu um novo sentido, baseado em sua tradução da expressão do inglês *to donwline load*, permitindo-nos construir enunciados como *ela baixou o vídeo da página da web*.

Para Cristal (2005), a linguagem da internet é uma forma nova de comunicação que vem fazendo uma revolução na linguagem. Ele argumenta que a comunicação na internet tem características diferentes da fala, pois são mensagens completas, sem a ajuda da entonação, nem da expressão facial. No entanto, essas novas formas de linguagem também diferem-se da escrita, pois são mais passageiras e voláteis, possuem mobilidade na forma, e também possíveis ligações com outros textos (links). E, além de tudo, possibilitam uma mudança no caráter formal da língua, uma vez que introduzem inúmeras abreviações (vc, pq, tbm) e reduções (facu), e têm a liberdade de empregar a ortografia fora do padrão, diferente do que ocorre na escrita convencional (CARVALHO e KRAMER, 2013).

Nesse sentido, Crystal (2005) defende que a comunicação digital emprega uma nova forma de linguagem que é mais do que um agregado de características da fala e da escrita, pois faz coisas que nenhum desses outros meios faz. Esse meio deve ser visto como uma forma de comunicação que gerou a sua própria linguagem, com as suas próprias características e regras. Corroborando a afirmativa de Thurlow (2001), que diz que “na medida em que as tecnologias de comunicação continuam a se desenvolver e se transformar, o mesmo acontecerá com as formas linguísticas e práticas comunicativas correspondentes” (THURLOW, 2001, P.289).

Teoria da Metáfora do Canal: aplicação e análise

Considerando o objetivo e as perguntas que se pretende responder, teremos uma pesquisa de caráter qualitativo, uma vez que procuramos descrever fenômenos que permeiam o cotidiano humano e interpretá-los para ter maior compreensão dos seus significados e características (CARRANCHO, 2005).

Como metodologia de pesquisa, recorreremos ao Corpus do Português, que é constituído por duas partes: a primeira, denominada “Gênero/ Histórico”, contendo 45 milhões de palavras distribuídas em textos dos mais variados gêneros; e a segunda parte, chamada “Web/Dialetos”, contendo 1 bilhão de palavras distribuídas em textos veiculados pela internet.

Fizemos uma pesquisa, nos dois *corpora* (geral e web), dos colocados mais frequentes com o termo mensagem que denotam a noção de transferência de elementos, a fim de selecionar os verbos representativos da teoria da Metáfora do Canal. Para fins de análise, observamos os cem primeiros colocados de cada *corpora*. Os resultados iniciais são apresentados na tabela a seguir.

CORPUS GERAL (Gênero/Histórico)	FREQ.	CORPUS DA WEB (Web/Dialetos)	FREQ.
Transmitir	28	Enviar	1.805
Enviar	21	Transmitir	847
Receber	20	Receber	832
<u>Levar</u>	<u>11</u>	Mandar	818
Mandar	2	<u>Postar</u>	<u>835</u>
		<u>Publicar</u>	<u>103</u>

Quadro 1. Verbos frequentes com o termo mensagem

Observa-se que a maioria dos verbos selecionados estão presentes nos dois *corpora*, tendo como exceção apenas o verbo *levar*, que foi encontrado somente no corpus geral, e os verbos *publicar* e *postar*, que aparecem apenas no corpus da web, caracterizando-se como vocábulos específicos desse meio. Outro aspecto a ser destacado é o fato de que com alguns verbos, como o verbo *transmitir*, a palavra mensagem foi, em grande parte dos enunciados observados, conceptualizada de maneira mais abstrata, como uma ideia (transmite-se mensagens de amor e de paz, por exemplo); enquanto que com outros verbos, como o verbo *postar*, a palavra mensagem foi, na maioria das vezes, conceptualizada de maneira mais concreta (por exemplo, posta-se uma foto, um texto, um vídeo).

Sabendo que, assim como todo conceito abstrato tem como base um conceito concreto, a teoria da Metáfora do Canal, que aborda a transmissão de conceitos abstratos (ideias), partiu de uma noção concreta de transferência física de elementos. O verbo *enviar*, por exemplo, que está na base da teoria da Metáfora do Canal, deriva do Latim *inviare*, que significa “pôr a caminho”. Como a etimologia da palavra sugere, o verbo *enviar* pressupõe um objeto concreto que é deslocado de um ponto a outro, de uma origem a um destino. Podemos dizer, dessa forma, que enviamos um presente, uma encomenda, um objeto, etc., e dizemos isso de maneira literal, visto que, de fato, o objeto é posto a caminho, ou seja, ele é literalmente encaminhado de um lugar a outro.

Nesse contexto, o verbo *enviar* apresenta-se em sua função prototípica, pois possui um significado mais concreto, ligado à ideia de transferência física de um

elemento. O mesmo ocorre, no âmbito da comunicação, quando se declara, por exemplo, que *uma carta foi enviada*. Nesse caso, há também a noção de transferência de um objeto, ainda que a relevância não recaia sobre o objeto em si, pois ele funciona apenas como suporte que carrega uma mensagem, a noção de transferência física e concreta permanece nesse contexto da comunicação escrita.

Declara-se frequentemente que postais, fax e bilhetes foram enviados. Todos funcionando como suportes físicos de ideias e informações. Nesse sentido, as ideias, totalmente abstratas, estão, no contexto da linguagem escrita, contidas nos suportes, esses sim concretos. Porém, quando nos referimos à linguagem oral, já não é mais possível declarar, de forma literal, que uma ideia ou informação foi enviada, pois tais elementos não são concretos em sua natureza. Nesse sentido, o verbo *enviar* apresenta uma extensão metafórica de sentido, pois passa a apresentar uma noção transferencial de elementos abstratos e não apenas de elementos concretos.

Há, dessa forma, uma projeção metafórica, em que alguns elementos pertencentes ao domínio fonte, que é mais concreto e designa a transferência física de objetos, são transferidos para o domínio alvo, mais abstrato, pois se refere à comunicação como transferência de ideias. Segundo Reddy (1979 [2000]), as pessoas conceptualizam a comunicação como um processo de envio de ideias ou informações. E é nesse sentido que alguns elementos do domínio fonte foram mapeados para o domínio alvo, como observa-se a seguir.

ENVIAR → COMUNICAR
OBJETOS → IDEIAS
RECIPIENTES → PALAVRAS

A comunicação é compreendida como um processo no qual o falante coloca ideias dentro de palavras e as envia para o ouvinte, que retira as ideias das palavras. As palavras, assim como as cartas, funcionam como o suporte, e as ideias são metaforicamente consideradas objetos armazenados dentro das palavras. A comunicação, nesse sentido, é caracterizada como transmissão ou envio de informações.

Ocorre, deste modo, a abstratização por metáforas que, segundo Gonçalves et al. (2007, p. 43), está diretamente relacionada ao modo “como os seres humanos compreendem e conceituam o mundo que os cerca”. Assim, aquilo que reflete as

experiências humanas mais elementares – como, por exemplo, o ato de enviar e receber objetos - é tido como concreto e servirá de conceito fonte para um outro conceito mais abstrato – que, nesse caso, é a comunicação oral. O verbo *enviar* alcança, assim, um novo sentido, no momento em que passa a se referir a elementos abstratos como se eles fossem concretos, ajudando-nos, dessa forma, na compreensão de um conceito abstrato tendo por base uma experiência mais concreta, que é a transferência física de objetos.

A partir dessa primeira análise, partimos para a segunda fase da pesquisa, em que fizemos uma busca dos colocados mais frequentes com cada verbo apresentado no quadro 1. O quadro 2 apresenta o resultado referente ao Corpus Geral.

VERBOS	COLOCADOS
ENVIAR	Mensagem / Recado / Carta
TRANSMITIR	Mensagem / Conhecimentos / Ideias
MANDAR	Mensagem/ Recado / Telegrama
RECEBER	Mensagem / Carta / Notícias
LEVAR	Mensagem / Recado / Carta

Quadro 2. Colocados do Corpus Geral

No Corpus Geral, observando os colocados mais frequentes, percebemos que a ideia de transmissão de informações de um emissor para um receptor é reforçada. No modelo de comunicação apresentado por Reddy, nós temos um emissor que coloca as ideias nas palavras e as transmite, através de um canal, para o receptor. As palavras funcionam como contêiner (recipiente) que armazenam as ideias e são enviadas para o ouvinte/leitor, que as decodifica. Nesse sentido, nós temos, por exemplo, um emissor que ENVIA uma MENSAGEM/RECADO/CARTA para um receptor que, por sua vez, tem a tarefa de decodificar e compreender o que lhe foi transmitido.

A seguir, observaremos como isso ocorre no Corpus da Web:

VERBOS	COLOCADOS
ENVIAR	Mensagem / Foto / Link / Emotion
TRANSMITIR	Mensagem / Conhecimento / Ideia
MANDAR	Mensagem / Fotos / Link / E-mail
RECEBER	Mensagem / E-mail / Notificações / SMS
POSTAR	Comentário / Fotos / Vídeos / Links
PUBLICAR	Mensagem / Foto / Texto / Link

Quadro 3. Colocados do Corpus da Web

Os colocados observados no Corpus da Web nos mostram que, assim como ocorre na Metáfora do Canal, a noção de transmissão de um pacote de ideias de um emissor para um receptor permanece na comunicação digital, prova disso são os colocados supracitados como, por exemplo – *enviar mensagem/ enviar foto/ enviar link/ enviar emoticon*. A diferença presente, nesse caso, está no fato de que na Metáfora do Canal apenas as palavras funcionam como contêiner (reципiente) que armazenam as ideias. Porém, dentro do contexto digital, não podemos pensar em contêiner (reципiente) apenas como palavras, pois nas mídias digitais, as mensagens e informações estão dependendo cada vez menos delas. Podemos enviar fotos, links, vídeos, emoticons, e todos eles funcionam como contêiner que suporta uma ideia ou informação.

Observando agora os verbos *postar* e *publicar*, que são característicos do contexto da web, podemos dizer que, diferente do que ocorre na Metáfora do Canal, em que nós temos um emissor que se comunica com um receptor, os verbos supracitados nos dão uma ideia de um emissor que se comunica com muitos receptores; visto que quando se publica algo nas redes sociais, imediatamente milhares de pessoas têm acesso. Dessa forma, os interlocutores que na metáfora do canal eram muito mais restritos, através das mídias sociais se expandiram grandemente. O canal de comunicação também se modificou, pois dentro do contexto digital, a própria rede é considerada o conduto que transporta a mensagem.

Como Thurlow (apud Rajagopalan, 2013, p.45) assinala, “na medida em que as tecnologias de comunicação continuam a se desenvolver e se transformar, o mesmo acontecerá com as formas linguísticas e práticas comunicativas correspondentes”. Portanto, as mudanças na comunicação afetam também a nossa linguagem sobre tal; para ilustrar, temos o verbo *postar* que, em sua origem etimológica, significa “o ato de colocar

algo em determinada posição ou local, visando sua permanência”, e hoje já é dicionarizado com o sentido apresentado pela web como “postar na Internet ou compartilhar algo (fotos, vídeos, links, pensamentos etc.) em sites, redes sociais etc., para que se torne do conhecimento da maioria”. Interessante notar também que, numa busca pelo corpus do português conseguimos observar que esse verbo está sendo mais empregado no corpus da web do que no corpus geral, o que demonstra que o emprego desse termo com o novo significado tem se elevado em detrimento do sentido original.

Podemos dizer, então, que as formas linguísticas são moldadas de acordo com as necessidades que vão surgindo, movidas pelos novos meios de comunicação digital. E, seguindo os pressupostos da pesquisa de Reddy, que, por sua vez, encontram eco em alguns dos pressupostos da Linguística Cognitiva com um todo (FERRARI, 2014), acreditamos que a rede lexical acionada para se falar sobre um dado fenômeno revela as conceptualizações que constroem, cognitivamente, esse fenômeno.

Considerações Finais

A metáfora do canal não é simplesmente uma forma de falar sobre a comunicação, mas uma maneira de pensar e de agir; nós interagimos com as outras pessoas ancorados por essa metáfora, mesmo sem ter consciência dela. E é por esse razão que buscamos, em nossa pesquisa, mapear o frame de comunicação digital, para observar se a metáfora do canal está também presente nessa nova forma de comunicação, moldando a maneira como falamos e pensamos sobre ela.

Com esse propósito, fizemos uma breve análise de colocados retirados do Corpus do Português. E, de maneira geral, os resultados iniciais indicam que a noção presente na Metáfora do Canal de transferência de ideias e informações entre interlocutores permanece no contexto da comunicação digital, porém alguns elementos do frame da Metáfora do Canal foram modificados, como, por exemplo, a noção de suporte. Percebemos também que há, no contexto digital, um retorno à noção de transferência concreta de elementos. A extensão metafórica ocorrida na Metáfora do Canal para representar principalmente a comunicação oral sofre algumas alterações, visto que na comunicação digital os recipientes de informações tornam a ser mais concretos. E, para finalizar, é válido ressaltar que as mudanças na comunicação afetam também a nossa linguagem sobre tal. Observa-se no *corpus* dois verbos exclusivos do contexto digital (postar/ publicar), corroborando a afirmativa de Cristal (2005), que diz que “na

medida em que as tecnologias de comunicação continuam a se desenvolver e se transformar, o mesmo ocorrerá com as formas linguísticas e práticas comunicativas correspondentes”.

REFERÊNCIAS

ABREU, Antônio Suárez. *Linguística Cognitiva: Uma visão geral e aplicada*. Cotia, São Paulo: Ateliê Editorial, 2010.

ARISTÓTELES. *Poética*. São Paulo: Editora Nova Cultural, 2000.

CARRANCHO, Angela. *Metodologia da pesquisa aplicada à Educação*. Rio de Janeiro: Waldir Lima Editora, 2005

CARVALHO, Nelly; KRAMER, Rita. A linguagem no Facebook. In: SHEPHERD, T.; SALIÉS, T. (Orgs). *Linguística da Internet*. São Paulo: Contexto, 2013. p. 77-92.

CASTELLS, M. A. *Sociedade em Rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura*. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1.

CORREIA, Pedro M. A. R.; MOREIRA, Maria F. R. *Novas formas de comunicação: história do Facebook - Uma história necessariamente breve*. ALCEU - v. 14 - n.28 - p. 168 a 187 - jan./jun. 2014.

DEIGNAN, A. *Metaphor and corpus linguistics*. Amsterdam: John Benhamins, 2005

DIVINO, Rosângela G.F. A tese cognitivista de corporificação da língua: analisando cabeças. In: Alvaro, P.; Ferrari, L. (orgs.) *Linguística Cognitiva: Da linguagem aos bastidores da mente*. Rio de Janeiro: Brasil Cultural, 2016. p. 136-155.

FERRARI, Lilian. *Introdução à linguística cognitiva*. São Paulo: Contexto, 2014.

FILLMORE, C. Frame Semantics. In: Linguistic Society of Korea, ed., *Linguistics in the Morning Calm*, pp. Ill-38. Seoul: Hanshin, 1982.

FILHO, E.P.F.; NASCIMENTO, M.F; SÁ, R.J. *Redes Sociais Digitais: uma Nova Configuração no Estilo de Vida da Contemporaneidade*. Artigo: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2012.

LAKOFF, G; JOHNSON, M. *Metaphors We Live By*. Chicago University Press, 1980. *Metáforas da vida cotidiana*. Trad.: Grupo de Estudos da Indeterminação e da Metáfora (sob a coordenação de Mara Sophia Zanotto) e Vera Maluf. Campinas-São Paulo: Mercado das Letras/Educ, 2002.

MARCUSCHI, L.A; XAVIER, A.C. *Hipertexto e Gêneros Digitais: novas formas de construção de sentido*. 3.ed. São Paulo: Cortez, 2010.

RAJAGOPALAN, Kanavillil. *Como o internetês desafia a Linguística*. In: SHEPHERD, T.; SALIÉS, T. (Orgs). *Linguística da Internet*. São Paulo: Contexto, 2013. p. 37-75.

RECUERO, R. *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REDDY, Michael J. The conduit metaphor. In: ORTONY, A. *Metaphor and Thought*. 2nd. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. p. 284-324..

RICHARDS, I. A. Metaphor. In: RICHARDS, I. A. *The philosophy of rhetoric*. Londres: Oxford University Press, 1936.

SALIÉS, Tânia G.; SHEPHERD, Tania G. (organizadoras). *Linguística da Internet*. São Paulo: Contexto, 2013.

SANTAELLA, Lúcia. LEMOS, Renata. *Redes Sociais Digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus, 2010.

SARDINHA, T. B. *Metáfora*. São Paulo: Parábola, 2007.

_____. Variação entre registros da internet. In: SALIÉS, T. G.; SHEPHERD, T. G. (orgs). *Linguística da Internet*. São Paulo: Contexto, 2013. P.55-75.

TELLES, A. *A Revolução das Mídias Sociais: Cases, Conceitos, Dicas e Ferramentas*. São Paulo: M. Books, 2010.

TORRES, Cláudio. *A bíblia do marketing digital*. São Paulo: Editora Novatec, 2009.

VEREZA, Solange C. *O locus da metáfora: linguagem, pensamento e discurso*. Cadernos de Letras da UFF – Dossiê: Letras e cognição, no 41, p. 199-212, 2010.

VEREZA, S. (Org.). *Sob a ótica da metáfora: tempo, conhecimento e guerra*. Niterói-RJ: Editora da UFF, 2012.

ZANOTTO, Mara Sophia et al. Apresentação à edição brasileira. In: LAKOFF, G; JOHNSON, M. *Metaphors We Live By*. Chicago University Press, 1980. *Metáforas da vida cotidiana*. Trad.: Grupo de Estudos da Indeterminação e da Metáfora (sob a coordenação de Mara Sophia Zanotto) e Vera Maluf. Campinas-São Paulo: Mercado das Letras/Educ, 2002.