

# **O DISCURSO MIDIÁTICO: UMA ANÁLISE CRÍTICA DAS METÁFORAS DO CASO BIN LADEN**

**Francisco Marcos de Oliveira Luz (UERN/CAMEAM)**

**Marcosluz@uern.br**

**Gilton Sampaio de Souza (UERN/CAMEAM)**

**giltonsampaio@uern.br**

## **1. INTRODUÇÃO**

A metáfora vem despertando o interesse de diversos estudiosos ao longo dos tempos. Desde seus primórdios estudos, através de Aristóteles, até chegar aos dias de hoje com Charteris-Black (2004; 2005) e Semino (2007).

Através dos estudos sobre a metáfora, podemos realizar inúmeros trabalhos envolvendo áreas diferentes áreas do conhecimento humano como a psicologia, psicanálise e a lexicologia. Além disso, através das metáforas, é possível compreender melhor a forma como as pessoas conceitualizam o mundo, as pessoas, os sentimentos, bem como os conceitos mais profundos da experiência humana. Também podemos perceber a forma como um mundo é conceitualizado por nós em nível sócio-histórico e individual.

Pelos estudos sobre as metáforas, poderíamos verificar os estilos de escritores, políticos e outros profissionais. Sobre esse item, há estudos contemporâneos acerca da retórica argumentativa de líderes políticos de envergadura mundial (cf. CHARTERIS-BLACK, 2005).

Nosso principal objetivo, ao abordarmos as metáforas e seus usos, é verificar de forma crítica, como a escolha de determinadas metáforas influencia nas interpretações dos textos por parte dos auditórios que as interpretam. Isso pode implicar em efeitos de sentidos que são produzidos pelos discursos que se sucedem a determinado fato, como por exemplo, nas repercussões que se sucederam ao caso Bin Laden.

Os argumentos expostos acima embasam as razões pelas quais esta pesquisa dar-se-á, pois investigaremos os usos da/as metáfora/s na linguagem em uso, enxergando de maneira crítica a maneira como determinado tema é abordado por

determinada comunidade discursiva. Nosso objetivo específico, portanto, é investigar, nos jornais em língua inglesa de diferentes continentes, as metáforas utilizadas em editoriais que abordaram o caso envolvendo a morte de Osama Bin Laden.

Para este artigo utilizamos dois (02) editoriais oriundos do jornal *The New York Times* dos Estados Unidos da América. Extraímos esses textos através do sítio [www.netpapers.com](http://www.netpapers.com), o qual disponibiliza o acesso a jornais do mundo inteiro, incluindo o jornal que citamos acima.

Creemos que as metáforas possuem valor pragmático e são determinadas ideologicamente e sob essa ideia construímos as quatro questões de pesquisa que são as seguintes: a) quais as metáforas presentes nos editoriais selecionados? b) Em que sentido as escolhas de determinadas metáforas sobre a morte de Bin Laden podem influenciar a interpretação dos receptores dos textos selecionados? c) Que efeitos de sentido as metáforas sobre a morte de Bin Laden podem produzir?

Para respondermos a essas questões, recorreremos a autores como Charteris-Black (2004; 2005) e Semino (2008). Esses autores investigaram a metáfora no discurso e sob um ponto de vista crítico. Seus trabalhos nos serviram de principal aporte teórico para a execução desta pesquisa.

## **2. TEORIAS DA METÁFORA**

A metáfora é um fenômeno da linguagem que data de períodos antigos da civilização humana, como já afirmamos no começo deste trabalho. De Aristóteles, passando por Lakoff & Johnson (1981), até Charteris-Black (2004; 2005), houve inúmeras sucessões de formas de se conceber e analisar a metáfora. Outrora Aristóteles com sua concepção comparativista sobre a metáfora. Depois Lakoff & Johnson com sua abordagem cognitivista a qual considerava a metáfora um fenômeno mental. E, em seguida, destacamos o trabalho de Charteris-Black (2004; 2005) no qual passou a analisar a metáfora no discurso, usando *corpora* autênticos para analisar e interpretar as metáforas em uso.

### **2.1 A visão Aristotélica**

Aristóteles, filósofo cujo pensamento se estende até os dias atuais, via a metáfora como uma realização linguística que requeria uma capacidade engenhosa para

se concretizar. Ele sustentava que uma boa metáfora “pressupunha percepção intuitiva da similaridade nas coisas dissimilares” (CF. PUNTER, 2007, P. 11-12). Aristóteles ainda relegava a metáfora ao nível poético, deixando a fora das esferas discursivas. Para ele, a metáfora era apenas um ornamento e não parecia ter função pragmática na língua. O filósofo helênico resumia a metáfora como um recurso linguístico que servia para estabelecer analogias, seguindo a seguinte ordem: **de gênero para espécie, de espécie para gênero, de espécie para espécie**. O conceito que Aristóteles tinha sobre as metáforas era simplesmente a de transferência, pois havia o pensamento, por parte de Aristóteles, de que as coisas possuíam em sua natureza, nomes próprios e que nomear com o nome de outro, seria uma infração a essa naturalidade da linguagem. Esse pensamento veio ser contestado por estudos mais contemporâneos como os realizados pela Linguística Cognitiva.

## 2.2 Lakoff & Johnson e a teoria da metáfora Conceptual<sup>1</sup>

O livro **Metáforas do nosso cotidiano**<sup>2</sup> (2002) foi um marco nos estudos sobre as metáforas, pois passou a entender a metáfora como um fenômeno mental presente em nosso pensar e dizer. Sobre isso, Berber Sardinha (2007, p. 30) resume em algumas palavras o que significa essa presença da metáfora em nossas vidas:

“Vivemos de acordo com as metáforas que existem em cultura; praticamente não temos escolha: se quisermos fazer parte da sociedade, interagir, ser entendidos, entender o mundo etc.. precisamos obedecer [...] às metáforas que nossa cultura nos coloca a disposição”.

Esse pensamento vai de encontro ao de Gibbs (1994, p.) que atribui à metáfora um caráter ubíquo, ou seja, presente em todo lugar. Segundo esse autor, a metáfora estaria presente não apenas na literatura ou na poesia, mas no discurso científico, fato que muitos abnegam.

Lakoff & Johnson (1980, p. 03) afirma que nosso sistema conceptual é basicamente metafórico e que a metáfora é “universal na vida cotidiana, não apenas na língua, mas em ação e pensamento”. Segundo Lakoff & Johnson “Nosso conceitos

<sup>1</sup> Segundo Berber Sardinha (2007, p. 30) esse termo se firmou pelas comunidades de tradução da metáfora.

<sup>2</sup> Original em ingles *Metaphors we live by* (1980) Lakoff & Johnson

estruturaram o que percebemos como nós nos movimentamos no mundo e como nos relacionamos com outras pessoas”<sup>3</sup>. Não temos consciência desse sistema, argumenta o autor, pois a maneira que pensamos e agimos em nossa vida diária ocorre mais ou menos de forma automática. Para evidenciar essa tese, Lakoff & Johnson destaca que é através da língua que podemos detectar a forma como conceitualizamos mundo, as pessoas sócio-historicamente.

Na teoria da metáfora conceptual (TCM), a metáfora é definida como “uma maneira convencional de conceitualizar um domínio de experiência em termos de outro, normalmente de modo inconsciente” (BERBER SARDINHA, 2007, P. 30). Podemos ilustrar isso usando a metáfora ARGUMENTAR É GUERRA. A nomenclatura conceptual se justifica pelo fato de a metáfora conceitualizar um fenômeno humano, nesse caso “argumentar”. Essa metáfora licencia expressões linguísticas que podem ser evidenciada na linguagem cotidiana como nas orações: “*He attacked every weak point in my argument*”<sup>4</sup> e em “*I demolished his arguments*”<sup>5</sup>. Nessas passagens, o termo **argumento** é conceitualizado como se fosse guerra. Isso se explica pelo fato de haver dois domínios que são ARGUMENTO e GUERRA. Segundo Berber Sardinha (2007, p. 31), há dois domínios: O domínio-fonte e o domínio-alvo. “O domínio-fonte é aquele a partir do qual conceitualizamos alguma coisa metaforicamente” (BERBER SARDINHA, 2007, p. 31). No domínio-alvo usamos quando queremos conceitualizar, nesse caso, o ato de argumentar, de forma abstrata, usando o termo guerra.

Esse forma de se conceber e identificar a metáfora é amplamente utilizada até hoje pelos linguistas, psicólogos e estudiosos da linguagem em geral. No entanto, o fato de Lakoff & Johnson fazer usos de exemplos idealizados, através do uso apenas da intuição, gerou críticas por parte daqueles que enxergavam a língua de forma crítica, como Charteris-Black (2004; 2005).

## 2.2 A análise crítica da metáfora

A Análise Crítica da Metáfora é uma abordagem que se propõe a analisar a metáfora, considerando os papéis ideológicos e pragmáticos que ela desempenha no discurso. Em outras palavras, a metáfora é vista como um recurso linguístico que se usa

---

<sup>3</sup> our concepts structure what we perceive, how we get around in the world, and how we relate to other people.

<sup>4</sup> Exemplos retirados de Lakoff & Johnson (1980, p. 04) ele atacou cada ponto fraco em meu argumento.

<sup>5</sup> Demoli seus argumentos

para se persuadir um auditório, mantendo, ao mesmo tempo, os sentidos subjacentes que existem em sua manifestação linguística.

O discurso é definido pelos teóricos que estudam a metáfora sob um enfoque crítico, como “linguagem de ocorrência natural: exemplos reais de escrita ou fala que são produzidos e interpretados em uma circunstância particular e para propósitos específicos” (SEMINO, 2008, p.1). Dessa forma, a metáfora é vista como um fenômeno que pode ser identificado em *corpus* ou *corpora* para subsequente interpretação e explicação, obedecendo aos objetivos traçados por cada pesquisador.

Um dos proponentes da abordagem Análise Crítica da Metáfora é Charteris-Black (2004, p. 07). Segundo ele:

“A metáfora é uma figura de linguagem tipicamente usada na persuasão; isto ocorre pelo fato dela representar uma forma diferente de ver o mundo que, proporcionando uma forma diferente de se perceber as coisas. Por ser persuasiva, a metáfora é frequentemente usada na linguagem argumentativa e na retórica [...]”<sup>6</sup>.

O uso da metáfora no discurso desempenha um papel pragmático, segundo o pensamento de Charteris-Black (2005), pois sua presença em um texto significa que há uma intenção (persuadir, dissuadir, emocionar), por parte do enunciador, em relação ao seu auditório (leitores de revistas e de jornais, por exemplo). Sendo assim, acredita-se que a metáfora ocorre em textos diversos, produzidos pelo conhecimento humano. A presença da metáfora na vida humana é, nas palavras de Gibbs (1994, 122), “ubíqua”, ou seja, presente em todo lugar. Portando, a partir desse pressuposto, é possível deduzir que a metáfora esteja presente em diversos gêneros textuais, com propósitos diversos, baseada em determinadas visões sobre o mundo. Segundo Semino (2007, p. 01), a metáfora realiza diferentes funções, varia em suas formas e pode ocorrer em diversos textos, desde exemplos pessoais, até os discursos políticos, científicos e midiáticos. Na linguagem do cotidiano, a metáfora ocorre nas formas mais diversas, como em uma interação entre um casal, por exemplo. Nesse caso uma possível metáfora seria O AMOR É UMA VIAGEM. Essa metáfora licencia a expressão linguística “Nosso relacionamento está indo bem”. Em textos de caráter político, destacamos o trabalho de

---

<sup>6</sup> tradução livre: Metaphor is a figure of speech that is typically used in persuasion; this is because it represents a novel way of viewing the world that offers some fresh insight. Because metaphor is persuasive it is frequently employed discursively in rhetorical and argumentative language such as political speeches.

Charteris-Black (2005) no qual os discursos de líderes mundiais foram analisados com o propósito de analisar, interpretar e explicar as metáforas utilizadas por eles. Nos discursos de políticos como a ex-primeira ministra Margareth Thatcher, as manifestações linguístico-metafóricas eram a materialização de sua ideologia. Isso podia ser constatado através das metáforas Oponentes Políticos São Inimigos<sup>7</sup> e em Problemas Sociais e Econômicos São Inimigos<sup>8</sup>. Essa forma de se conceitualizar adversários políticos e os problemas sociais, revela a visão que a então Dama de Ferro tinha sobre o mundo. No discurso científico, onde há restrições sobre o uso da metáfora por parte de muitos pensadores que, segundo eles (cf. Leezenber, 2001<sup>9</sup>), a metáfora não cabia no discurso dito racional. Contrário a esse pensamento, Semino (2007, p. 128) destaca o uso da metáfora na explicação de uma determinada teoria científica. “Ela cita exemplos como “Greenhouse effect”, “Black holes” e “Genetic code”<sup>10</sup>. Ela ainda ilustra através de expressões como “onda” em expressões como “ondas sonoras” e “ondas elétricas”. Essas unidades fraseológicas nomeiam importantes descobertas científicas e cujas nomenclaturas são unanimemente aceitas pela comunidade científica. No caso do discurso midiático, a metáfora será utilizada de acordo com os assuntos tratados, bem como a intenção do redator para com seu auditório. No caso das metáforas que estão presentes no discurso esportivo, podemos destacar a metáfora Argumentar É Guerra (cf. Charteris-Black, 2004, p. 113). A escolha dessa metáfora no meio esportivo se justificaria pelo fato de haver a visão de competitividade no esporte, o que motivaria o uso de expressões como em “A batalha no Maracanã começou” e em “Barcelona: o time a ser batido”<sup>11</sup>. A metáfora Argumentar É Guerra é ser usada com o propósito de argumentar e, portanto, convencer. Por essa razão, é possível deduzir que, em textos jornalísticos, nos quais existe a intenção de convencer e persuadir o seu público leitor, as expressões linguísticas licenciadas por essa metáfora estejam mais presentes.

---

<sup>7</sup> POLITICAL OPPONENTS ARE ENEMIES.

<sup>8</sup> SOCIAL AND ECONOMIC PROBLEMS ARE ENEMIES.

<sup>9</sup> Sobre isso, conferir Leezenber (2001). Nesse trabalho ele cita Hobbes e Locke, filósofos que criticavam a presença da metáfora na argumentação.

<sup>10</sup> Efeito estufa, Buracos negros e código genético.

<sup>11</sup> Exemplos idealizados.

### 2.3 As metáforas a mídia

O gênero midiático é um recurso da comunicação humana que, como muitos outros, recorre à produção verbal para atingir seus objetivos. Essa produção se desenvolve através de diferentes enunciados ou gêneros textuais. Sejam em manchetes de jornais, artigos de opinião e editoriais, a utilização da metáfora no processo de escrita é quase onipresente.

No caso dos editoriais, por exemplo, é possível identificarmos metáforas desde o título, até às conclusões. Isso demonstra que a metáfora é responsável por estabelecer uma coerência de sentidos dentro do texto. Portanto, quando observamos o título de uma editorial de nome: **“Osama apodreça no inferno para sempre: boa viagem!”**<sup>12</sup>, podemos ter uma ideia de como assunto do texto será tratado. É possível deduzirmos que a expressão linguística que descreve o título do editorial seja licenciada pela metáfora PESSOAS SÃO PLANTAS ou pela metáfora A VIDA É UMA VIAGEM, levando-se em consideração o subtítulo o qual é enunciado de forma sarcástica. Portanto, a presença da metáfora em textos midiáticos é uma certeza. O que se deve salientar é quais surgirão e o porquê dessas e não daquelas no processo de argumentação de determinado texto, sobre determinado tema.

## 3. AS METÁFORAS EM EDITORIAIS ESTADUNIDENSES

Usando o referencial teórico que adotamos, seguimos com a identificação, interpretação e explicação das metáforas nos editoriais selecionados para este estudo. Faremos as leituras dos editoriais de países representantes de cada continente do mundo. Primeiramente, analisaremos os editoriais de Jornais Estadunidenses, por ser o principal envolvido nos conflitos bélicos e ideológicos entre oriente médio e ocidente.

### 3.1 Metáforas dos editoriais dos Estados Unidos

Retiramos os seguintes trechos de um editorial do jornal estadunidense, *The New York times*, cujo título é *The long-awaited News*,<sup>13</sup> no qual há a ocorrência de uma expressão linguística que é licenciada pela metáfora PESSOAS SÃO ANIMAIS (cf. KOVECSES, 2002, p. 125).

---

<sup>12</sup> Osama rot in hell for eternity

<sup>13</sup> A notícia há muito tempo aguardada

**META 1** [...] Osama Bin Laden had been *tracked and killed*<sup>14</sup>

**META 2** [...] the *most hunted man* in the world<sup>15</sup>

**META 3** [...] the reports of how *Bin Laden's lair* in Pakistan was discovered<sup>16</sup>

No exemplo em **META 1**, podemos destacar o verbo “*tracked*” que em seu sentido original poderia ser “localizar trilha de animal”. No entanto, foi usado para se referir a Osama Bin Laden, o que o conota como um animal que foi capturado. Isso pode ser constatado em **META 2**, com o termo “*hunted man*”. Aqui o verbo “*Hunt*” (caçar), no passado, assume a função de adjetivo qualificando-o como um animal também. A escolha dessas metáforas é justificada pela influência do momento histórico que passa a sociedade estadunidense. Um momento de grave crise econômica que os Estados Unidos atravessavam. É possível que a notícia que deu conta da morte de Bin Laden foi encarada como uma festa ao se julgar pelo título de um dos editoriais (*Victory dance*), mas, mesmo assim, o editorialista não questiona ao colocar uma interrogação no título do texto.

Na **META 3**, cuja expressão “*Bin Laden's Lair in Pakistan*”<sup>17</sup> é licenciada pela metáfora PESSOAS SÃO ANIMAIS há uma despersonificação da figura de Bin Laden, pois ao se usar o termo citado acima (toca), qualifica-se como um animal que, como muitos outros, têm como lar uma toca. A recepção e interpretação dessa metáfora são consideradas como atos inconscientes, os quais os auditórios que se deparam com ela realizam. Essas metáforas podem produzir efeitos de sentidos que terão dimensões proporcionais às comunidades discursivas que as decodificarão. Em outras palavras, para a sociedade estadunidense e para os seus aliados, a metáfora PESSOAS SÃO ANIMAIS tem um valor; já para uma sociedade asiática ou oriental, essa metáfora terá outra conotação. Contudo, o sentido poderá ser o mesmo para o lado que “caçou o animal”, nesse caso o lado dos Estados Unidos; havendo, porém, o lado de quem encarou a morte do terrorista como uma perda humana.

---

<sup>14</sup> Osama Bin Laden foi encontrado e assassinado

<sup>15</sup> O homem mais caçado do mundo

<sup>16</sup> As notícias de como o esconderijo de Osama Bin Laden no Paquistão foi descoberto

<sup>17</sup> A toca de Bin Laden no Paquistão

Em outro trecho do mesmo editorial, no mesmo jornal, outra ocorrência da metáfora POLÍTICA É GUERRA (KOVECSES, 2002, p. 62) pode ser entendida na expressão abaixo:

**META 4** [...] we must also remember that *the fight against* extremists is far from over [...] <sup>18</sup>

A presença dessa metáfora reflete o *ethos* beligerante que os Estados Unidos da América sempre demonstraram no século vinte. Encaram a política internacional como um conflito bélico, em uma disputa por poder constante. A metáfora POLÍTICA É GUERRA também se explica pelo fato de se conceitualizar a política como uma guerra. E, em uma guerra, há o campo de batalho, o inimigo e o objetivo, que é a vitória.

No segundo editorial que analisamos *Victory dance?*<sup>19</sup>, que também faz parte do mesmo jornal, encontramos a recorrência da metáfora PESSOAS SÃO ANIMAIS e da metáfora TERRORISTAS SÃO ANIMAIS PERIGOSOS. Essa metáfora já foi catalogada por Charteris-Black (2005, p.182). As expressões que encontramos respectivamente foram:

**META 5:** “Thank you for *getting* Osama Bin Laden”<sup>20</sup>

**META 6:** “Osama Bin Laden will never again *threaten* The United States”<sup>21</sup>

Essas expressões linguísticas, que são a materialização das metáforas PESSOAS SÃO ANIMAIS e TERRORISTAS SÃO ANIMAIS PERIGOSOS, demonstram de forma subliminar, como quem produziu os enunciados (o editor e Obama, respectivamente) fizeram suas escolhas lexicais, a fim de descrever Bin Laden como um animal capturado, despersonalizado de seu *status* de pessoa. O contexto histórico e econômico corrobora com essas expressões, pois em meio à crise em que a sociedade estadunidense passava, um líder político faz uso de uma ação militar, metaforizando-a de forma que seja representada como um fim de uma caçada.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

<sup>18</sup> Lembremos que a luta contra os extremistas está longe de acabar

<sup>19</sup> A dança da vitória

<sup>20</sup> Obrigado por capturar/pegar Osama

<sup>21</sup> Osama Bin Laden nunca mais ameaçará os estados unidos

Nesse estudo vimos, de forma parcial, que as metáforas são consequências de escolhas lexicais conscientes. Tais escolhas pressupõem a existência de determinadas metáforas, as quais poderão influenciar o receptor das mensagens que estão contidas nelas. Essas mensagens se dão em forma de efeitos de sentidos variados, dependendo de cada posicionamento ideológico que leitor tenha em relação aos textos. No caso dos editoriais analisados, há um contexto sócio-histórico envolvido e que também pode direcionar os sentidos que as metáforas possam ter. A relação Estados Unidos-Oriente médio-Oriente Médio-Estados Unidos, é uma relação bélico-ideológica e disso resultam conflitos não somente físicos, mas verbais. As metáforas que surgiram no caso Bin Laden foram produzidas em meio a um grave contexto socioeconômico nos Estados Unidos, o que nos permite especular que a forma como os editoriais foram redigidos, era reflexo desse *ethos*. Os textos e suas consequentes metáforas demonstraram a forma como cada editorial retratou o caso, levando em conta aspectos políticos e ideológicos e com o intuito de causar determinado efeito de sentido sobre o auditório que naquele momento se interessava por aquele fato histórico.

## 5. REFERÊNCIAS

- AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2005.
- BERBER SARDINHA, T. **Metáfora**. São Paulo: Parábola, 2007.
- CAMERON, L. & LOW, G. **Researching and applying metaphor**. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- CHARAUDEAU, P. **Discursos das mídias**. Tradução Ângela S. M. Corrêa. 2ª Edição. São Paulo: Editora Contexto, 2009.
- \_\_\_\_\_, **Discurso Político**. Tradução: Fabiana Komescu e Dilson Ferreira da Cruz. 1ª Edição, 1ª reimpressão. São Paulo: Editora Contexto, 2008.
- Charteris-Black, J. **Corpus approach to critical metaphor analysis**. London: Palgrave Macmillan, 2004.
- \_\_\_\_\_. **Politicians and Rhetoric: the persuasive power of metaphor**. London: Palgrave Macmillan, 2005.
- CARVER, T. & Pikalo, J. **Political language and Metaphor: interpreting and changing the world**. Oxon: Routledge: 2008.
- CATAPANO, Peter. The victory dance. **The New York Times**, New York, 13 de maio de 2011. Disponível em: < <http://opinionator.blogs.nytimes.com/2011/05/13/victory-dance/html>.

EUBANKS, P. **A war of words in the discourse of trade: the rhetorical constitution of metaphor.** Board of Trustees: Southern Illinois University, 2000.

FAIRCLOUGH, N. **Media Discourse.** London: Bloomsbury Academics, 1995.

GIBBS, R. W., JR. **The poetics of the mind.** Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

KOVECSES, Z. **Metaphor: a practical introduction: a practical introduction.** New York: Oxford University Press: 2002.

LAKOFF, G & JOHNSON, M. **Metaphors we live by.** Chicago: The university of Chicago press, 1980

\_\_\_\_\_, **Moral Politics: How Liberals and conservative think.** Chicago: The University of Chicago, 1996.

\_\_\_\_\_, MEYER, M. **A unidade da retórica e seus componentes: éthos, páthos, lógos.** In: **A retórica.** São Paulo: Ática, 2007.

REBOUL, O. **Introdução à retórica.** Tradução de I. C. BENEDETTI. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

RICHARDSON, J. E. **Analyzing Newspaper: an approach from Critical Discourse Analysis.** London: Palgrave Macmillan, 2007.

SEMINO, E. **Metaphor in Discourse.** Cambridge; Cambridge University Press: 2008.

The Long-Awaited News. **The New York Times.** 2 de maio de 2011. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2011/05/03/opinion/03tue1.html>.

ZANOTTO, M.; Cameron, L. & Cavalcanti, M. C. **Confronting Metaphor in Use: an applied Linguistic Approach.** The Netherlands: John Benjamin Publishing, 2008.