

O'DOWD, N. A.; ADRIANO, L.; LITTLEMORE, J. “Nosso planeta, é como se estivesse dentro de uma torradeira”: Interações narrativas, criativas e figuradas em entrevistas com alunos dos anos finais do Ensino Fundamental sobre ativismo climático. Tradução de Gabriel Fusieger, Isabel Cony e Vinícius Silva Tavares. *ReVEL*, v. 23, n. 44, 2025. [www.revel.inf.br].

“Nosso planeta, é como se estivesse dentro de uma torradeira”: Interações narrativas, criativas e figuradas em entrevistas com alunos dos anos finais do Ensino Fundamental sobre ativismo climático¹

“Our earth, it's like it's in a toaster”: Creative, figurative and narrative interactions in interviews with lower secondary school students about climate activism

Niamh A. O’Dowd²

Lorraine Adriano³

Jeanette Littlemore⁴

n.a.odowd@ilos.uio.no

l.m.adriano@bham.ac.uk

j.m.littlemore@bham.ac.uk

RESUMO: O uso de metáfora e metonímia no contexto de protestos climáticos liderados pela juventude e no ativismo em redes sociais já foi identificado em estudos anteriores. No presente estudo, conduzimos entrevistas semiestruturadas para investigar como estudantes dos anos finais do Ensino Fundamental na Inglaterra compreendem diferentes usos criativos de metáforas e metonímias em uma amostra de *slogans* compartilhados em redes sociais pelo Global Climate Strikes [Greves Globais pelo Clima] e #FridaysForFuture [Sextas-Feiras para o Futuro]. Para a análise das respostas dos estudantes, produzimos um esquema de codificação com o intuito de revelar a relação entre as interpretações figuradas e narrativas. Os resultados sugerem que diferentes usos criativos (e.g. duplamente verdadeiros, justaposição e personificação) levaram a diferentes formas de pensar sobre as mudanças climáticas e a sua relevância na

¹ O texto original foi publicado na revista *Language & Communication* (v. 99, nov. 2024) com o título “Our earth, it's like it's in a toaster”: Creative, figurative and narrative interactions in interviews with lower secondary school students about climate activism”. As autoras, gentilmente, autorizaram a publicação dessa tradução, pelo que os editores da revista agradecem.

² Departamento de Literatura, Estudos Regionais e Línguas Europeias, Universidade de Oslo.

³ Departamento de Língua Inglesa e Linguística, Universidade de Birmingham.

⁴ Departamento de Língua Inglesa e Linguística, Universidade de Birmingham.

vida pessoal dos estudantes. Este estudo apresenta implicações para a pesquisa em criatividade figurada, em narrativa e na educação sobre as mudanças climáticas.

PALAVRAS-CHAVE: Criatividade; Metáfora; Metonímia; Narrativa; Mudanças climáticas; Educação.

ABSTRACT: Previous studies have identified the use of metaphor and metonymy in contexts of youth-led climate protests and social media activism. In this study, we conducted semistructured interviews to investigate how secondary school students in England make sense of different creative uses of metaphor and metonymy in a sample of slogans shared on social media for the Global Climate Strikes and #FridaysForFuture. For analysing students' responses, we produced a coding scheme to unpack the relationship between figurative interpretation and narrative. The findings suggest that different creative uses (e.g. twice-true, juxtaposition and personification) prompted different kinds of thinking about climate change and its relevance to students' personal lives. The study has implications for research on figurative creativity, narrative, and climate change education.

KEYWORDS: Creativity; Metaphor; Metonymy; Narrative; Climate change; Education.

1. Introdução

A criatividade é parte essencial do ativismo climático. As pesquisas das ciências humanas e sociais demonstram como ativistas climáticos ao redor do mundo têm respondido de diversas formas criativas às mudanças climáticas, inclusive com cartazes e *slogans* (Catanzaro; Collin 2023; O'Dowd 2024; Zurru 2022), instalações artísticas e performances (Augé 2023a; Stammen; Meissner 2022) e artes visuais (Cozen 2013). Discursos ativistas, em geral, possuem funções retóricas, que, muitas vezes, envolvem ultrapassar as fronteiras da convenção para “abrir espaço” para novas vozes e identidades emergirem. Portanto, é frequente o uso de operações figuradas como metáforas e metonímias, muitas vezes envolvendo humor ou ironia (Romano 2013, 2021), para projetar enquadramentos alternativos e avaliações sobre um tópico de relevância social e política.

No contexto de educação sobre mudanças climáticas, pesquisas enfatizam a importância de nutrir práticas criativas com os jovens, para fazer com que o assunto seja significativo à vida cotidiana dos estudantes (Bentz 2020; Doyle 2020). Especificamente, os resultados sugerem que a educação climática deveria incorporar mais práticas criativas, participativas e corporificadas (Bentz *et al.* 2022) e “necessariamente se inspirar em práticas associadas ao ativismo ambiental” (Rousell; Cutter-Mackenzie-Knowles 2020: 203), visto que reagir às mudanças climáticas requer uma compreensão profunda das implicações sociais, políticas e éticas, não somente das científicas. Devido à natureza

flexível e dependente de contexto do sentido figurado (El Refaie 2009; Ritchie 2004; Winter *et al.* 2020), seus processos de interpretação podem ser altamente criativos e individuais. Isso pode ser poderoso à medida que o sentido figurado multiplica as possibilidades de interpretação, o que pode ser útil para encorajar os estudantes a refletir sobre as mudanças climáticas a partir de novas perspectivas.

Até o momento, pesquisas em Linguística Aplicada têm focado nas consequências potencialmente problemáticas da flexibilidade do sentido figurado no contexto de educação climática (Deignan *et al.* 2019; Deignan; Semino 2022; Niebert; Gropengießer 2014). Por exemplo, em entrevistas com jovens estudantes na Inglaterra sobre seu entendimento do efeito estufa — uma metáfora comumente utilizada em livros didáticos para explicar como os gases atmosféricos retêm o calor — Deignan *et al.* (2019) sugerem que os estudantes tendem a recrutar seu conhecimento de estufas literais (e.g. tetos de vidro e plantas) a partir de suas experiências corpóreas e a estender suas explicações para muito além do que era pretendido. Um dos entrevistados comenta: “a Terra é como a planta, e o CO₂ faz tipo um abrigo de vidro em volta dela e prende o calor dentro dele” (Deignan *et al.* 2019: 393). Deignan *et al.* (2019) se concentram, em geral, nesses aspectos problemáticos da compreensão metafórica. No entanto, em um estudo relacionado, Deignan e Semino (2022: 196) também reconhecem o potencial (inexplorado) das metáforas no contexto de educação climática como “ferramentas para a construção criativa e colaborativa de sentido”. Isso implica que explorar o sentido figurado no contexto de educação climática pode ser uma prática importante para pensar sobre as mudanças climáticas de formas significativas e criativas. Gostaríamos de assumir essa hipótese para o nosso estudo.

Em Linguística Cognitiva, metáfora e metonímia são entendidas como operações cognitivas, que são ativadas por um conjunto de mapeamentos conceituais entre um domínio-fonte e um alvo (Gentner 1983). Quando a relação entre fonte e alvo é de comparação entre dois domínios distintos, a operação é metafórica; quando a relação é de contiguidade dentro de um único domínio, a operação é metonímica. Por exemplo, a Teoria da Metáfora Conceitual (Lakoff; Johnson 1980) postula que, para processar a metáfora A VIDA É UMA VIAGEM, mapeamos o conhecimento que temos de nossas experiências prévias com VIAGENS (o domínio-fonte) para o domínio VIDA (o alvo). Então, podemos expressar a dificuldade de fazer escolhas de vida importantes em termos

de encontrar-se diante de uma encruzilhada, ou falar sobre o **meio caminho andado para o sucesso** para indicar quando alguém está tomando as decisões corretas para alcançar o sucesso. Os mapeamentos conceituais que subjazem essas expressões metafóricas podem, então, ser entendidos como guias de nosso raciocínio sobre o domínio VIDA.

Na metonímia, os mapeamentos subjacentes à fonte e ao alvo dependem de uma relação de contiguidade entre elementos de destaque e elementos de fundo em um único domínio. Dessa forma, podemos falar ou pensar sobre o governo do Reino Unido (alvo) referenciando à Downing Street (fonte). A relação entre essas entidades pode ser explicada pelo tipo de metonímia LUGAR POR INSTITUIÇÃO (Radden; Kövecses 1999). A comunicação metonímica realça um aspecto particular de um domínio para um devido propósito comunicativo (i.e., avaliação, eficácia, eufemismo etc.). Esses mapeamentos sustentam boa parte de nossa habilidade de fazer inferências sobre a relação entre os conceitos. Isso inclui, por exemplo, “a habilidade de pensar de forma metonímica e poder, quando há a menção de partes de um evento, inferir algo sobre uma situação inteira” (Gibbs 1994: 319).

Para este estudo, conduzimos 33 entrevistas semiestruturadas com estudantes de idade entre 11 e 14 anos de escolas inglesas de Ensino Fundamental e perguntamos como eles entendem uma amostra de 9 *slogans* utilizados em pôsteres de protestos climáticos que foram compartilhados em redes sociais para movimentos influentes, tais como o Global Climate Strikes [Greves Climáticas Globais] e o #FridaysForFuture [#Sextas-feirasPeloFuturo]. Era crucial que cada *slogan* contivesse um “uso criativo” de metáfora e/ou metonímia. Em pesquisas anteriores sobre criatividade figurada, Littlemore e seus colegas demonstraram que mapeamentos metonímicos (Littlemore 2022; Littlemore; Tagg 2018) e metafóricos (Fuoli *et al.* 2021; Littlemore *et al.* 2023; Turner; Littlemore 2023a) podem ser “utilizados” criativamente no discurso de várias formas. Para citar algumas, eles podem ser justapostos, combinados, elaborados ou contrastados com sentidos polissêmicos no discurso. Na seção 4, explicamos em detalhe os mecanismos desse *framework* de usos criativos de metáfora e metonímia e as nossas razões para utilizá-lo.

Outro interesse de nosso estudo é a natureza da relação entre metáforas, metonímias e narrativas. A complexidade dessa relação tem sido foco de muitas pesquisas

anteriores (e.g. Deignan 2017; Musolff 2006; Ritchie 2019, 2017a, 2017b, 2010), que, muitas vezes, concentram-se na relação dinâmica de mapeamentos figurados no discurso e nas formas com que metáforas acionam uma forma de pensar similar à de uma narrativa. Durante a análise das entrevistas, identificamos que as interpretações dos estudantes frequentemente coincidiam com narrativas. A partir de Ritchie (2017a, 2017b), entendemos essas narrativas como “histórias”. Para desvendar os mecanismos subjacentes à relação entre interpretação figurada e histórias nas respostas dos estudantes, desenvolvemos um esquema de codificação, o qual nos permite a) diferenciar entre os diferentes “tipos de narrativas” a que os estudantes se referem e b) analisar a influência dos diferentes usos criativos de metáforas e metonímias na forma de pensar dos estudantes. Explicamos esse esquema na seção 5.

O restante do artigo é estruturado da seguinte forma: na seção 2, explicamos o contexto dos protestos Global Climate Strikes e #FridaysForFuture e fazemos um panorama da literatura sobre metáforas e metonímias do ativismo climático. Na seção 3, discutimos a relação de metáforas e metonímias com narrativas, especialmente no contexto de abordagens dinâmicas do discurso [*discourse dynamic approaches*] a mapeamentos metafóricos. Na seção 4, apresentamos o *framework* para “usos criativos” de metáforas e metonímias, seguido pelas nossas perguntas de pesquisa. A seção 5 explica a seleção de materiais, dados e métodos. Na seção 6, apresentamos os resultados. Por fim, a seção 7 conclui com uma discussão e sugestões para pesquisas futuras.

2. Metáforas e metonímias do ativismo climático

Durante a semana de 20 a 27 de setembro de 2019, aproximadamente 7.6 milhões de pessoas ao redor do mundo responderam a uma chamada da juventude ativista para se juntar ao Global Climate Strikes como parte do #weekforfuture [#semanapelofuturo] (Rosane 2019). As greves aconteceram no ano após a formação do movimento jovem de ativismo climático #FridaysForFuture e se tornaram um dos maiores protestos coordenados da história. A onda de engajamento em ativismo climático durante aquela época, e desde então, tem levado à produção de inúmeros discursos criativos em diferentes contextos, e estudos anteriores identificaram as funções argumentativas, emotivas e críticas de metáforas e metonímias em contextos como protestos físicos (Catanzaro; Collin

2023), performances de rua (Augé 2023a) e redes sociais (O’Dowd 2024; Zurru 2022, 2024).

Concentrando-se na comunicação visual de protestos climáticos jovens em 2019 na Austrália, Catanzaro e Collin (2023) identificaram o uso de metáforas humorosas multimodais⁵ em cartazes carregados por jovens ativistas. Uma dessas metáforas retrata a Terra personificada como Donald Trump através de uma referência (metonímica) a seu topete, acompanhada pela legenda: “não dá para cobrir as mudanças climáticas com um penteado” [*you can’t comb over climate change*] (Catanzaro; Collin 2023: 22). Os autores argumentam que esses cartazes criativos representam uma modalidade através da qual jovens ativistas expressam suas emoções e exploram novas ideias e identidades em relação à política climática.

No contexto de formas de ativismo altamente criativas (conhecido como “ativismo”), Augé (2023) analisou duas performances de rua intituladas “Red Rebel Brigade” [Brigada de Rebeldes Vermelhos] e “Blood Bath” [Banho de Sangue] do grupo ativista Extinction Rebellion [Rebelião da Extinção]. As performances são elaboradas para causar transtornos em cidades do mundo todo e conscientizar sobre a ameaça à vida causada pela crise ambiental. De acordo com Augé, o cenário metafórico CONDIÇÕES AMBIENTAIS COMPARTILHADAS COMO SANGUE COMUM subjaz as duas principais funções dessas performances: construir solidariedade entre ativistas e criticar indústrias por causarem dano ambiental.

O ativismo climático nas redes sociais foi especialmente importante em 2020, quando a pandemia de covid-19 forçou o Global Climate Strikes a se mover a um contexto digital e a coordenar protestos virtuais. Estratégias de ativismo virtual incluíram “*tweet storms*, ativismo por meio de *hashtags* que tinha corporações específicas como alvo, e postar *selfies* com cartazes” (Fisher; Nasrin 2021: 6). Nesse contexto, Zurru (2022) analisa três *tweets* postados por jovens ativistas engajados com os protestos virtuais do #FridaysForFuture e que usam metáfora, metonímia, multimodalidade e ironia para expressar reações emocionais e políticas às mudanças climáticas.

⁵ O termo metáfora multimodal descreve a interação entre diferentes modos comunicativos na construção de um mapeamento metafórico (Forceville; Urios-Aparisi 2009).

Por exemplo, um dos *tweets* que Zurru (2022) analisa inclui uma ilustração feita à mão da Terra queimando em chamas, acompanhada pelo *slogan* “*hot girl summer*”⁶ (Zurru 2022: 235-236). Esse *slogan* se refere a uma *trend* de redes sociais que veio a existir após a música epônima de Megan Thee Stallion em 2019, na qual meninas começaram a publicar fotos “quentes” (i.e., “*sexy*” e “divertidas”) de si mesmas na internet. Em seu estudo, Zurru analisa esse *tweet* como um exemplo de metaftonímia (Goossens 1995; Pérez-Sobrino 2017; Urios-Aparisi 2009) (ou seja, uma interação multimodal entre operações metafóricas e metonímicas), que tem como função criticar, com o uso de ironia, o aumento da temperatura global. Um fato curioso: esse *slogan* também foi identificado por O’Dowd (2024) em uma amostra diferente de discurso de redes sociais relacionada ao Global Climate Strikes. Nos dados de O’Dowd (2024), o *slogan* foi criativamente expandido para: “*hot girl summer... não devia durar o ano todo*” e analisado como um uso criativo de metonímia “duplamente verdadeira”, que explora o duplo sentido de “*hot*” (i.e. quente e *sexy*) para desempenhar uma mesma função (O’Dowd 2024: 368-370).

Os vários usos desse *slogan* em diferentes contextos de ativismo nas redes sociais fornecem *insights* intrigantes sobre o desenvolvimento do discurso do ativismo climático *on-line* dos jovens, sugerindo que *slogans* da cultura popular foram reapropriados e recontextualizados (Romano 2013; Semino *et al.* 2013) em diversas formas criativas e em diferentes plataformas de redes sociais. Essa visão reflete os resultados de Suitner *et al.* (2022), que mostram o desenvolvimento dinâmico de sentidos socialmente compartilhados sobre ativismo climático no Twitter (agora X) entre 2017 e 2019. Ademais, a reutilização do *slogan* “*hot girl summer*” indica a significância de práticas situadas de discurso, como no ativismo climático *on-line*, para influenciar a forma com que os significados de metáforas e metonímias específicas se desenvolvem dentro de comunidades discursivas específicas em contexto de ação social. Romano (2022, 2021) encontra resultados similares no contexto de manifestações feministas entre 2017 e 2020 na Espanha, demonstrando que a recontextualização de *slogans* figurados em cartazes de protesto é uma importante estratégia sociocognitiva que reativa conceitos conhecidos de formas criativas “para encaixar-se às novas necessidades expressivas e persuasivas dos manifestantes” (Romano 2021: 98). Não se deve, portanto, assumir que os *slogans*

⁶ N.T.: Em tradução livre, “verão da garota quente”.

figurados utilizados em contexto de ativismo são exclusivos a um único protesto, plataforma de rede social ou ativista individual, mas, em vez disso, pertencem a uma rede complexa de discursos representativos dos contextos sociais, culturais e políticos específicos nos quais emergem.

Essa seção demonstrou que os discursos ativistas são, com frequência, altamente criativos e figurados, e emergem em contextos colaborativos de construção de sentido. Neste estudo, almejamos mostrar algumas das formas com que discussões do conteúdo figurado que foi compartilhado na internet no contexto de greves climáticas podem ter implicações positivas na forma com que audiências jovens pensam sobre e engajam com as mudanças climáticas e o ativismo climático. No que se segue, voltaremos à relação entre metáforas, metonímias e narrativas a partir da perspectiva de mapeamentos figurados, demonstrando a relevância dessa perspectiva para o nosso estudo.

3. Mapeamentos metafóricos e metonímicos no discurso

No discurso, metáforas e metonímias estão intimamente ligadas à narrativa (Deignan 2017; Musolff 2006; Ritchie 2010, 2017a, 2017b). Uma das razões para isso está relacionada ao processo de mapeamento metafórico, que pode ser visto como “impondo uma sequência narrativa no tópico [da metáfora]” (Deignan 2017: 207). Por exemplo, a metáfora MORADIA EM BAIROS CARENTES É DOENÇA (citado em Deignan 2017: 207) recruta nosso conhecimento existente de doenças — tal como a forma como doenças se disseminam, qualquer emoção ou sensação relacionada à nossa experiência anterior com doenças ou conhecimento de como devemos tratá-las — para enquadrar moradia em bairros carentes em termos de seu estado presente e soluções futuras em potencial. Dessa forma, pode-se observar que o processo de mapeamento ativa, através de nossa experiência anterior do domínio-fonte, um tipo de “narrativa”, a qual Ritchie (2017b: 2) define como “qualquer sequência de eventos relacionados de forma causal ou temática”, e que nos ajuda a entender o domínio-alvo.

Ritchie (2017a) delinea dois tipos principais de metáforas em relação a narrativas: a) “metáforas narrativas” e b) “narrativas metafóricas”. O termo metáfora narrativa descreve a ativação simultânea de duas histórias distintas indexadas pelos domínios-fonte e alvo da metáfora (Ritchie 2017a: 232-234). Por exemplo, em contexto, a metáfora

“*vulture capitalist*”⁷ pode ser interpretada em função do que a audiência sabe sobre abutres, mas também em função do que sabe sobre a expressão de sonoridade semelhante “*venture-capitalists*”⁸. A metáfora, portanto, tem o potencial de acionar imagens mentais vívidas em relação a esses dois conceitos. Alternativamente, Ritchie (2017a: 230-232) utiliza o termo “narrativa metafórica” para descrever a elaboração, seja explícita ou implícita, mais ampliada de uma metáfora, através do conteúdo de seu domínio-fonte. Uma narrativa metafórica pode ser bastante ampliada, como uma alegoria, ou bem curta, deixando ao ouvinte a responsabilidade de elaborar por si mesmo. Metáforas narrativas e narrativas metafóricas podem ser combinadas e criar “narrativas metafóricas complexas” (Ritchie 2017a: 233).

Ritchie argumenta que entender metáforas em termos de narrativas proporciona uma compreensão mais completa das funções sociocognitivas desse fenômeno e seus sentidos associativos. Um exemplo de uma narrativa metafórica pode ser visto nas entrevistas de Deignan *et al.* (2019) no contexto da metáfora da ESTUFA (que foi discutida na Introdução), em que o conhecimento experiencial dos estudantes sobre estufas os levou a processos de reflexão sobre como funciona o efeito estufa que se assemelham a narrativas. Como Deignan *et al.* (2019) demonstram, as inadequações das interpretações dos estudantes são problemáticas, mas seu conhecimento das propriedades e mecanismos de estufas literais, mesmo assim, funciona, nesse contexto, como um recurso criativo para tornar a climatologia significativa em suas vidas pessoais.

Um progresso interessante, tendo em vista a relação entre metáforas e narrativas, como sugerido por Deignan (2017), é que a abordagem teórica e metodológica específica para a análise de metáforas pode levar a diferentes perspectivas em relação à narrativa. Uma abordagem diz que metáforas encadeiam um conjunto fixo de mapeamentos conceituais ou correspondências estruturais entre os domínios-fonte e alvo (e.g. Lakoff; Johnson 1980). Tal abordagem levou pesquisadores a postular categorias de domínios-fonte em potencial (e.g. VIDA; MORADIA EM BAIROS CARENTES) (Bowdle; Gentner, 2005). Iniciativas similares de pesquisa também foram aplicadas à metonímia (e.g. Pérez-Sobrino 2016). Tais abordagens se provaram úteis para a identificação de tendências no enquadramento metafórico e metonímico de um dado discurso. Entretanto, elas também

⁷ N.T.: Em tradução livre, “abutre capitalista”.

⁸ N.T.: Em tradução livre, “capitalistas de risco”.

receberam críticas por não prestar atenção suficiente à flexibilidade natural de mapeamentos figurados quando experienciados em contexto (e.g. Cameron; Deignan 2006; Gibbs; Cameron 2008). Pessoas que têm conhecimentos, experiências de mundo e identidades (e.g. crianças em idade escolar em comparação com adultos) diferentes vão utilizar e interpretar metáforas e metonímias de formas distintas. A relação dessas pessoas com os domínios-fonte e alvo é definida por diferentes tipos e quantidades de experiências. De acordo com Barcelona (2023: 23), uma justificativa importante para pesquisas qualitativas sobre como as pessoas interpretam metáforas e metonímias é “o fato bem conhecido de que falantes diferentes não processam a mesma informação de modo uniforme”. O nosso estudo parte dessa base teórica e metodológica.

Uma abordagem alternativa e igualmente influente para a análise metafórica que evita assumir mapeamentos rígidos ou categorias de domínio-fonte presta mais atenção à evidência da relação “dinâmica” entre domínios-fonte e alvo e o contexto discursivo (e.g. Cameron *et al.* 2009; Cameron; Deignan 2006; Musolff 2006). Esses estudos colocam maior enfoque nos fatores sociais, individuais e ambientais que moldam os discursos figurados, ou “o reconhecimento de que a performance da metáfora é moldada por processos discursivos que operam em uma interação dinâmica contínua entre cognição individual e o ambiente social e físico” (Gibbs; Cameron 2008: 65). Abordagens dinâmicas sugeriram que os mapeamentos figurados podem emergir como “mininarrativas” no contexto discursivo local (Musolff 2006). Nesse sentido, os elementos do mapeamento VIAGEM que se assemelham à narrativa não são permanentes ou estáticos, mas emergem de formas *ad hoc* conforme o discurso se desenrola.

Por exemplo, em sua análise de negociações de reconciliação entre um homem-bomba e sua vítima, Cameron (2007: 208-211) constata que a distinção entre sentidos literais, metafóricos e metonímicos pode ser difusa durante uma conversa, e que essa flexibilidade ajuda os falantes a estabelecer uma base sobre a qual podem navegar confortavelmente por tópicos sensíveis. Sua discussão da expressão “*come face-to-face*” (*with a consequence*)⁹, presente em seus dados, exemplifica uma mistura entre a metáfora VIAGEM (no sentido de vir) e a implicação metonímica (PARTE-TODO) de *cara*, na qual “cara está pela vítima inteira, incluindo seu luto e perda” (Cameron 2007: 209). Além

⁹ N.T.: Em tradução livre, “vir a ficar cara a cara com uma consequência”.

disso, Cameron demonstra isso em seções anteriores a essa, em que a mesma metáfora VIAGEM se confunde com um sentido não figurado no contexto de a) superação metafórica do luto e b) encontro literal entre vítimas ou de vítimas e terroristas. Dessa forma, as fronteiras entre metáfora, metonímia e sentido não figurado se convergem dinamicamente. Ademais, a função dessa convergência cria espaços para falar sobre o tópico de formas alternativas que, talvez, sejam mais adequadas às experiências ou aos processos de produção de sentido dos usuários do discurso, ao contexto em que o discurso ocorre e à natureza (sensível) do tópico discutido.

Enquanto abordagens discursivas dinâmicas prestaram maior atenção às metáforas, uma abordagem similar pode, mesmo assim, ser aplicada às metonímias. Os conceitos de metonímia e narrativa foram estudados conectados à ficção (Feng 2022; Wells-Jopling; Oatley 2012), conversas (Ritchie 2010) e por uma perspectiva dinâmico-discursiva (Biernacka 2013). A abordagem de Biernacka (2013) é uma das mais relevantes ao nosso estudo, já que, assim como Cameron (2007), ela também analisa transcrições de entrevistas. Em sua pesquisa, Biernacka argumenta que metonímias ajudam a construir histórias compartilhadas na mente dos participantes do grupo focal, e que cenários específicos referidos no discurso podem ser processados de forma metonímica, mesmo na ausência de itens lexicais metonímicos. Dessa forma, Biernacka elabora a distinção entre o “processamento de histórias e cenários” nos dados do discurso e o “processamento de linguagem metonímica”¹⁰. Ela os distingue demonstrando que elementos de discussões do grupo focal, por meio de um processo gradual e emergente, adquirem status de metonímia em uma comunidade discursiva próxima [*close discourse community*]. Por exemplo, o tópico das entrevistas de Biernacka foram os ataques terroristas em Londres em 2005, quando os criminosos esconderam bombas em suas mochilas e se deslocaram pela cidade. Nesse contexto, Biernacka observa que referências recorrentes a elementos do discurso, como bolsa ou mochila, gradualmente desempenham uma função metonímica, que constrói intimidade entre os participantes da entrevista que compartilham seu conhecimento dos ataques e sua experiência deles. Ademais, esse resultado ilustra como aspectos metonímicos do discurso podem emergir dinamicamente e em algum momento se tornar indispensáveis à narrativa coletiva dos participantes do discurso.

¹⁰ Uma distinção desenvolvida a partir de Gibbs (1999).

Outra abordagem sociocognitiva à metonímia e à narrativa é a noção de Ritchie (2010) sobre “índices narrativos”. Esse termo denota “qualquer elocução que aparentemente funciona para fazer com que ouvintes se lembrem de uma história conhecida (sequência de eventos), seja ela fictícia ou real” (Ritchie 2010: 126). Isso inclui palavras ou frases que desencadeiam memórias específicas com que os participantes se identificam de forma coletiva. Por exemplo, em uma discussão de um grupo focal de latino-americanos, Ritchie (2010: 134) ilustra que a mera menção de “*chanclas*” (que significa **sandálias** em espanhol) já foi necessária para ativar, entre os participantes, memórias de serem punidos por seus pais quando crianças. Dessa forma, índices de história preenchem funções sociais e culturais, por facilitarem o compartilhamento de identidades em uma dada comunidade.

Em suma, uma abordagem sociocognitiva e dinâmica à comunicação figurada em discurso é relevante ao nosso estudo por duas razões. A primeira é que uma abordagem assim não se limita a compreender metáforas e metonímias como conjuntos de mapeamentos conceituais preestabelecidos. Em vez disso, ela leva em consideração a flexibilidade do mapeamento e reconhece a natureza espontânea e criativa do discurso. A segunda razão é que, de acordo com essa abordagem, a relação entre narrativa e sentido figurado seria dinâmica, emergente e flexível. Pessoas distintas possuem diferentes identidades e experiências, as quais afetam suas relações com metáforas e metonímias (El Refaie 2019; Littlemore 2019). Portanto, processos figurados de construção de sentido seriam idiossincráticos — um conceito que merece maior investigação empírica. Ademais, já que o ativismo (climático) é guiado por valores sociais, políticos e ambientais, por necessidades emocionais e corpóreas (Brown; Pickerill 2009) e por processos criativos de discurso (Catanzaro; Collin 2023), é essencial priorizar os aspectos dinâmicos, sociais, associativos e criativos do sentido figurado no contexto (já dinâmico por si só) de entrevistas.

Na seção seguinte, apresentaremos o modelo com o qual fundamentamos nossa abordagem à criatividade no contexto de metáforas e metonímias.

4. Usos criativos de metonímia e metáfora

A literatura sobre criatividade nos estudos cognitivos de metáfora e metonímia é um tanto dividida entre aqueles que estão interessados na dicotomia “criatividade” *versus* “convencionalidade” dos mapeamentos figurados (e.g. Bordar 2021, 2018; Lakoff; Turner 1989; Pérez-Sobrino *et al.* 2022; Slabakova *et al.* 2016) e aqueles que adotam uma abordagem mais dinâmica (e.g. El Refaie 2019; Gibbs 2018; Okonski *et al.* 2020). Para o nosso estudo, o modelo de Littlemore, Turner e seus colegas para os usos criativos de metáfora (Fuoli *et al.* 2021) e metonímia (Littlemore 2022; Littlemore; Tagg 2018) é apropriado. Esse modelo é uma dessas abordagens mais dinâmicas, já que enfatiza as *formas criativas* do uso de mapeamentos, possibilitando focar em como a criatividade emerge a partir das dinâmicas do discurso. Assim, alinha-se à abordagem sobre figuratividade e criatividade que adotamos aqui. Em relação à metáfora, o modelo foi desenvolvido através de aplicações a críticas de cinema (Fuoli *et al.*, 2021) e vem tendo desdobramentos no contexto de entrevistas com servidores públicos (Littlemore *et al.* 2023), pessoas que experienciaram aborto espontâneo (Turner; Littlemore 2023a) e na comunicação realizada por pessoas que têm e não têm sinestesia (Turner; Littlemore 2023b). Em relação à metonímia, o modelo foi desenvolvido no contexto de discurso de trocas de mensagens de texto (Littlemore; Tagg 2018) e comunicação multimodal (Littlemore 2022) e foi, desde então, aplicado também a *slogans* de protesto climático (O’Dowd 2024).

A lógica por trás da abordagem de Littlemore é a de que “mapeamentos completamente ‘novos’ que não se relacionam a nenhum mapeamento pré-existente são muito difíceis, senão impossíveis, de se encontrar. Se estivermos preparados para operar em um nível suficientemente alto de esquematicidade, sempre encontraremos um mapeamento existente sobre o qual o uso novo se constrói” (Littlemore 2022: 126). Nesse sentido, essa abordagem prioriza a forma como interações no discurso — como pares forma-significado — exploram mapeamentos metafóricos e metonímicos de formas criativas, em vez de procurar identificar qualquer criatividade aparente nos mapeamentos supostos. Dessa forma, Littlemore concentra-se em duas formas amplas, mas que interagem entre si, com que metáforas e metonímias são comumente utilizadas em discurso: a) através de usos criativos baseados no sentido e b) através de usos criativos

baseados na forma. Sintetizamos, na Tabela 1, o modelo para metonímia descrito em Littlemore (2022) e desenvolvido a partir de Littlemore e Tagg (2018). Repare que o mesmo modelo também se aplica, de forma ampla, à metáfora.

Nós implementamos o modelo de Littlemore com o propósito de responder à seguinte pergunta de pesquisa (P1):

- (1) Como os estudantes refletem acerca dos sentidos figurados dos pôsteres e como esses processos de reflexão variam dependendo do tipo de uso criativo de metáfora/metonímia?

Em nossa investigação da P1, também levamos em consideração as dinâmicas do contexto de entrevistas. Para o nosso estudo, isso significa: se a entrevista envolveu um estudante e um pesquisador (contexto individual) ou se envolveu dois ou três estudantes e um pesquisador (contexto de grupo). Além disso, investigamos a seguinte P2 e utilizamos esses resultados para fundamentar nosso raciocínio sobre a P1.

- (2) Como os estudantes classificaram os pôsteres? Aparece alguma tendência de acordo com o tipo de operação figurada e/ou uso criativo?

Baseado no sentido ¹¹	Baseado na forma
Justaposição de várias relações metafóricas ou metonímicas p. ex. “It’s a toss up between that and going for a balti (OBJETO POR EVENTO) with cherry blossoms (LUGAR POR PESSOA)” ¹² (Littlemore; Tagg 2018: 499)	Rima, repetição (incluindo aliteração) ou paralelismo p. ex. Aliteração: “Hope red dress is wowing (EFEITO PELA CAUSA) at wedding .” ¹³ (Mensagem de texto citada em Littlemore; Tagg 2018: 502)
Extensão ou elaboração de uma relação metonímica ou metafórica consagrada p. ex. “Any news on last week’s snog (AÇÃO POR EVENTO POR PESSOA)?” ¹⁴ (Littlemore; Tagg 2018: 495)	Jogo de palavras p. ex. Manipulação de partes do discurso, tal como transformar um verbo em um adjetivo: “The result isn’t bad in a run-shrieking-from-the-theater (EFEITO PELA CAUSA) type of way” ¹⁵ (Crítica de cinema citada em Littlemore 2022: 123)
Combinação entre metonímia e metáfora p. ex. “It’s typical of unimaginitive cinema to wrap things up (CONCLUIR É EMBRULHAR) with a bullet (OBJETO PELA AÇÃO).” ¹⁶ (Crítica de cinema, citada em Littlemore 2022: 120)	
Metonímia/metáfora duplamente verdadeiras p. ex. “Turning red vans into green ones (VERDE POR ECOLOGICAMENTE CORRETO)” ¹⁷ (Slogan de uma van dos correios vermelha com baixa emissão de carbono no Reino Unido, citado em Littlemore 2022: 120)	
Personificação p. ex. “Wish my phone could speak (SUB-EVENTO PELO EVENTO INTEIRO) Spanish, would be so much easier” ¹⁸ . (Mensagem de texto citada em Littlemore; Tagg 2018: 491)	
Criatividade no nível do discurso p. ex. “ make yourself a cup of tea (SUB-EVENTO PELO EVENTO INTEIRO) on me.” ¹⁹ (Mensagem de texto citada em Littlemore; Tagg 2018: 498). Em inglês britânico, “have a drink on me” normalmente se refere a uma bebida alcoólica em um bar, enquanto “making yourself a cup of tea” remete a relaxar.	

Tabela 1: Usos criativos de metonímia e metáfora

¹¹ Nota importante: Usos criativos baseados no sentido e baseados na forma frequentemente interagem entre si. Portanto, muitos de nossos exemplos também se aplicam a outros tipos de uso criativo.

¹² N.T.: Em tradução livre, “É um jogar de moeda entre isso e optar por um *balti* [tipo de curry, ou a tigela na qual é preparado] com flores de cerejeira”.

¹³ N.T.: Em tradução livre, “Espero que o vestido vermelho esteja ‘causando um uau’ no casamento”.

¹⁴ N.T.: Em tradução livre, “Alguma notícia do amasso da semana passada?”.

¹⁵ N.T.: Em tradução livre, “O resultado não é ruim de um jeito do tipo ‘sair correndo gritando do cinema’”.

¹⁶ N.T.: Em tradução livre, “É típico do cinema pouco imaginativo embrulhar as coisas com uma bala” = “terminar com um tiro”.

¹⁷ N.T.: Em tradução livre: “Transformando vans vermelhas em verdes”.

¹⁸ N.T.: Em tradução livre: “Queria que meu celular falasse espanhol, seria tão mais fácil”.

¹⁹ N.T.: Em tradução livre: “Prepare uma xícara de chá, por minha conta”.

5. Dados e metodologia²⁰

5.1 Materiais

Apresentamos a estudantes 9 pôsteres digitais, selecionados de um banco de dados *on-line*, que apresentavam *slogans*²¹ envolvendo a temática, criados pelo ativista climático e *influencer* Oli Frost (@olifro.st). Frost desenvolveu uma série de pôsteres (<https://olifro.st/posters>) para diferentes movimentos sociais internacionais de ativismo climático, dentre os quais o Global Climate Strikes de 2019-2020, o #FridaysForFuture e o Extinction Rebellion. Vários desses materiais também foram compartilhados por segmentos locais desses movimentos, como o YouthStrike4Climate e o Scottish Youth Strike, no Reino Unido, e o #FridaysForFuture de regiões como Itália, Viena, Uruguai e Delhi.

A seleção dos pôsteres a serem utilizados na pesquisa considerou os seguintes critérios: a) o seu compartilhamento, em redes sociais, por movimentos importantes (jovens) de ativismo climático; b) a relevância e a adequação do conteúdo desses pôsteres à faixa etária entrevistada; c) os usos criativos, nesses materiais, de metáforas e metonímias; e d) nossa intenção de utilizar o método de classificação do diamante (ou “diamante 9”, conforme Figura 1) (Rockett; Percival 2002). Antes das entrevistas, compartilhamos os pôsteres a serem apresentados aos estudantes com os(as) professores(as) das escolas selecionadas, que aprovaram o uso do material. Ainda, a escolha do método de classificação do diamante ocorreu por entendermos esta como uma solução prática para motivar os alunos a se envolverem e discutirem os pôsteres. Ao possibilitar duas segundas opções, três terceiras opções e duas quartas opções, essa classificação configura um método acessível e inclusivo que “facilita um diálogo reflexivo e focado no aprendizado com os alunos” (Clark 2012: 234).

²⁰ Este estudo foi aprovado pelo Sikt – Norwegian Agency for Shared Services in Education and Research [Agência Norueguesa de Serviços Compartilhados em Educação e Pesquisa] (antigo Centro Norueguês de Dados de Pesquisa). Ref: 317041.

²¹ O conjunto completo de pôsteres, manuais de codificação para anotações dos *slogans* e transcrições foi armazenado no Open Science Framework (OSF): <https://osf.io/vnecq/>.

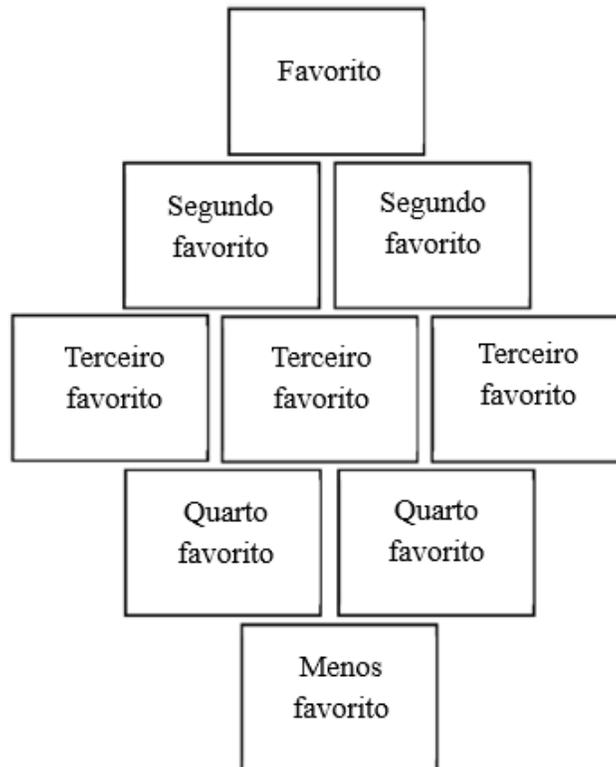


Figura 1: Classificação do diamante

Os materiais desenvolvidos por Frost foram pensados para serem adaptados por quaisquer indivíduos e em diferentes contextos. Nesse sentido, o ativista disponibiliza, em meio *on-line*, *templates* de todos os seus pôsteres. Tal medida possibilita que pessoas ao redor do mundo possam, por exemplo, traduzir os *slogans* para utilização dos pôsteres em diferentes países ou até mesmo levá-los a outros protestos que não aqueles para os quais eles foram inicialmente idealizados. Diferentes ações e movimentos fazem uso de marcas distintas, o que envolve, conseqüentemente, o emprego de paletas de cores e fontes específicas. No caso do #FridaysForFuture, por exemplo, os pôsteres apresentam um fundo verde, enquanto os materiais do Global Climate Strikes dispõem seus slogans sobre um fundo branco. Neste estudo, utilizamos a primeira série de pôsteres do Global Climate Strikes (Figuras 2 e 3), pois preferimos manter um dos *designs* originais de Frost ao mesmo tempo em que procuramos evitar que os alunos escolhessem seus favoritos com base nas cores, e não nos significados dos *slogans* (veja a lista completa de *slogans* na Tabela 3).

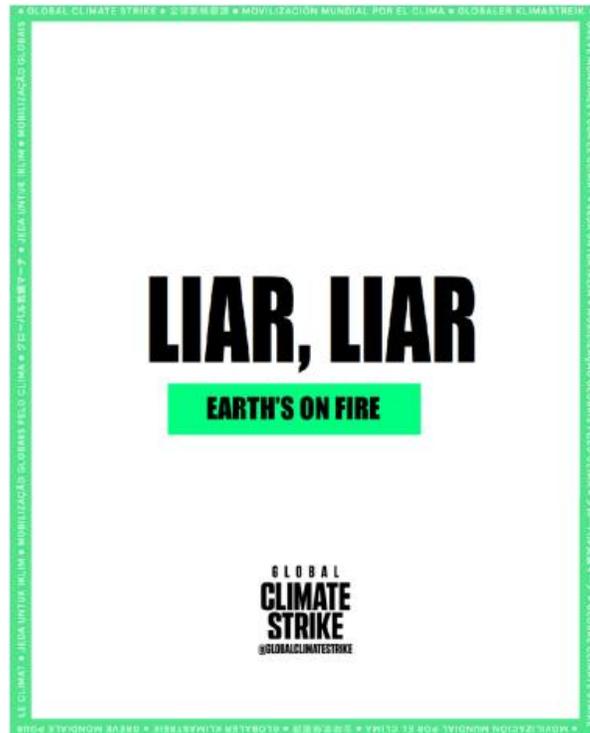


Figura 2: “Liar, liar, Earth’s on fire”²² (@olifro.st)

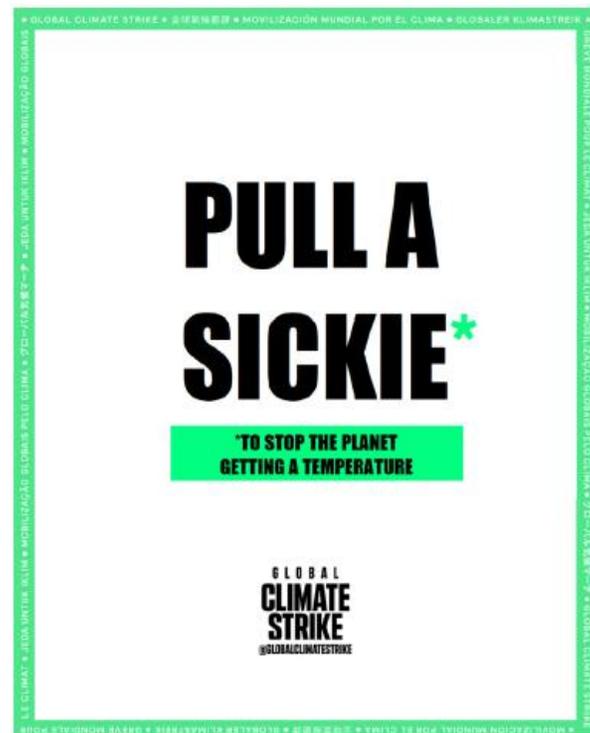


Figura 3: “Pull a sickie* To stop the planet getting a temperature”²³ (@olifro.st)

²² N.T.: Em tradução livre, “Mentiroso, mentiroso, a Terra está pegando fogo”.

²³ N.T.: Em tradução livre, “Mete um atestado* Para evitar que o planeta fique com febre”.

5.2 Coleta de dados

Para este estudo, coletamos dois conjuntos de dados (Tabela 2) durante 33 entrevistas semiestruturadas, quais sejam: 1) a ordem de classificação dos pôsteres pelos estudantes (seguindo a classificação do diamante); e 2) as gravações das entrevistas, que foram posteriormente transcritas. O desenho de pesquisa consistiu em um estudo entre sujeitos (ou seja, cada estudante participou apenas uma vez).

As entrevistas foram realizadas pelas duas primeiras autoras em duas escolas estaduais (ou seja, não privadas) de Ensino Fundamental da região de Midlands, na Inglaterra. Uma escola está localizada em uma cidade de área urbana, e a outra, em uma de área rural, e ambas selecionam seus estudantes com base na sua localização de residência. De acordo com dados governamentais, o desempenho acadêmico geral dessas instituições até os 16 anos de idade é classificado como “médio” e “abaixo da média”, e entre 34% e 44% desses alunos têm direito a refeições escolares gratuitas²⁴. Os estudantes entrevistados, por sua vez, eram de gêneros, origens culturais e linguísticas e habilidades acadêmicas variadas. Eles foram selecionados e agrupados para a entrevista por seus professores de inglês, após terem devolvido o formulário de consentimento devidamente assinado.

Número	Fase	Tokens	Conteúdo
1.	Classificações	116.371	Estatística da classificação do diamante Transcrição das entrevistas:
2.	Entrevistas		<ul style="list-style-type: none"> • 18 entrevistas individuais (1 estudante e 1 pesquisadora) • 15 entrevistas em grupo (2-3 estudantes e 1 pesquisadora)

Tabela 2: Resumo da coleta de dados

As entrevistas tiveram uma duração de aproximadamente 25 minutos (o protocolo é apresentado no Apêndice A) e foram desenvolvidas como sessões interativas que combinavam a classificação do diamante com uma conversa semiestruturada de

²⁴ No Reino Unido, estudantes até os 18 anos de idade têm direito a receber almoços sem custo a depender de fatores como o local onde residem, a sua renda individual ou familiar e se estão em situação de imigração ou asilo.

acompanhamento. No início de cada entrevista, as pesquisadoras perguntavam aos participantes se eles já tinham ouvido falar sobre ativismo climático/mudança climática (por exemplo, se sabiam o que são e se já haviam visto algum protesto envolvendo a temática). Em caso de respostas negativas, os termos eram explicados antes da atividade. Em seguida, as pesquisadoras apresentavam os pôsteres de Oli Frost, explicando os contextos em que estes foram produzidos (i.e., ativismo nas redes sociais e protestos climáticos), bem como as principais funções a que serviam (como reunir outros ativistas ou conscientizar sobre as mudanças climáticas, por exemplo). A partir disso, os estudantes eram solicitados a classificar cada pôster na estrutura do diamante. Finalmente, as pesquisadoras realizavam uma discussão com o estudante, orientada por perguntas como “por que você escolheu este como seu (menos/segundo etc.) favorito?”, “qual é o significado da linguagem empregada?/o que o pôster está tentando dizer?”, “ele usa alguma estratégia específica?” e “qual é a conexão com as mudanças climáticas?”.

5.3 Codificação e análise

5.3.1 Slogans dos pôsteres

Nosso objetivo consistia em compreender como os participantes entendiam os *slogans* dos pôsteres apresentados e como o uso criativo de metáforas e metonímias influenciava a sua interpretação deles. Nesse sentido, codificamos os pôsteres conforme essas variáveis independentes. Inicialmente, as autoras trabalharam individualmente para codificar cada um dos pôsteres; em seguida, nos reunimos para discutir e definir uma classificação final (ver Tabela 3).

Para a identificação das metáforas e metonímias, baseamo-nos nas descrições de metáforas como um mapeamento de comparação e de metonímias como um mapeamento de contiguidade. Além disso, também verificamos os significados básicos das palavras em relação ao seu significado contextual a partir do Cambridge Dictionary Online (Cambridge UP 2024). Também acrescentamos à taxonomia de “usos criativos” de Littlemore a categoria “contraste dramático”, e modificamos a categoria “personificação” para “personificação e/ou despersonalização”.

No caso dos pôsteres que manipulavam expressões fixas existentes na língua inglesa, como “*save the date*”²⁵ (slogan 7 da Tabela 3), levamos em conta os usos criativos das metáforas e metonímias baseados na forma tanto na expressão fixa original (rotulada como “original” na Tabela 3) quanto na versão manipulada (de acordo com o modo com que o pôster a “recontextualiza”, rotulado como “manipulação”). Tal medida foi tomada com o intuito de tornar o procedimento de codificação o mais claro possível. Os usos criativos baseados no significado só se aplicam às versões manipuladas porque estas brincam com o **significado** da expressão original de forma criativa. Por exemplo, o *slogan 4* manipula a rima em inglês “*liar, liar, pants on fire*”²⁶. Para os *slogans* que não se baseiam em nenhuma expressão fixa existente, optamos por não mencionar, na Tabela 3, nem o original, nem a manipulação. Foi o caso, por exemplo, do *slogan 3*, que, embora se reaproprie da forma de uma piada, não compreende uma expressão comum propriamente dita.

²⁵ N.T.: Em tradução livre, “Salve a data”.

²⁶ N.T.: Em tradução livre, “Mentiroso, mentiroso, calças pegando fogo” (equivalente à expressão popular “se mentir, o nariz cresce”, em português brasileiro).

<i>Slogan</i> ^a	Operação figurada	Criatividade baseada na forma	Criatividade baseada no significado* apenas manipulação
1. We need to talk about the birds and the bees* *and the fact there aren't going to be any ²⁷	Metonímia (original e manipulada); Metáfora (original e manipulada)	Aliteração (original e manipulada)	Extensão/elaboração; Duplamente verdadeiro
2. Black Friday sale – save up to 100% of humans ²⁸	Metonímia (original); Metáfora (original e manipulada)	–	Extensão/elaboração; Duplamente verdadeiro; Despersonalização; Nível do discurso
3. What's fun, Instagrammable, and stops everyone dying? ²⁹	Metonímia	Paralelismo	Justaposição; Nível do discurso; Contraste dramático
4. Liar, liar, Earth's on fire ³⁰	Metonímia (original e manipulada)	Rima; Repetição (original e manipulada)	Justaposição; Extensão/elaboração; Nível do discurso; Contraste dramático
5. Make a post or you'll be toast ³¹	Metonímia; Metáfora	Rima	Justaposição; Combinação (metonímia e metáfora); Duplamente verdadeiro
6. Save Santa – from having a coastal property ³²	Metonímia	Aliteração	Justaposição
7. Save the date – and the planet ³³	Metonímia (original e manipulada); Metáfora (original e manipulada)	Rima interna (original e manipulada); Paralelismo (manipulado)	Justaposição; Extensão/elaboração; Combinação (metonímia e metáfora); Nível do discurso; Contraste dramático
8. Pull a sickie* *to stop the planet getting a temperature ³⁴	Metonímia (original e manipulada); Metáfora (original e manipulada)	–	Justaposição; Extensão/elaboração; Combinação (metonímia e metáfora); Duplamente verdadeiro; Personificação
9. Your government has tested negative – for climate action ³⁵	Metonímia; Metáfora	–	Justaposição; Extensão/elaboração; Combinação (metonímia e metáfora); Personificação; Contraste dramático

Tabela 3: Operações figuradas e usos criativos
^a @olifro.st

²⁷ N.T.: Em tradução livre, “Nós precisamos falar das abelhas e dos pássaros* E do fato de que eles não vão existir mais” (a primeira expressão é uma construção comum da língua inglesa para se referir ao ato sexual).

²⁸ N.T.: Em tradução livre, “Liquidação de Black Friday – economize até 100% das vidas humanas”.

²⁹ N.T.: Em tradução livre, “O que é divertido, Instagramável e evita que todos morram?”.

³⁰ N.T.: Em tradução livre, “Mentiroso, mentiroso, a Terra está pegando fogo”.

³¹ N.T.: Em tradução livre, “Poste ou toste”.

³² N.T.: Em tradução livre, “Ajude o Papai Noel – a não ter uma casa de praia”.

³³ N.T.: Em tradução livre, “Salve a data – e o planeta”.

³⁴ N.T.: Em tradução livre, “Mete um atestado* Para evitar que o planeta fique com febre”.

³⁵ N.T.: Em tradução livre, “Seu governo testou negativo – para ações climáticas”.

5.3.2 Transcrição das entrevistas

A análise das transcrições das entrevistas foi realizada pela primeira autora utilizando o software NVivo (QSR International, 2020). O programa facilita a análise de dados qualitativos, permitindo que os pesquisadores os codifiquem manualmente e executem consultas junto a eles. O esquema completo de codificação do NVivo é apresentado na Tabela 4. O manual completo de codificação para análise das transcrições está disponível no Apêndice B, com descrições e exemplos dos dados encontrados.

Códigos	N
Metáforas	
Identificadas explicitamente	17
Identificadas de forma não explícita	85
Metonímias	
Identificadas explicitamente	0
Identificadas de forma não explícita	391
Narrativas	
Experiências pessoais/memórias	29
Narrativas metafóricas	79
Conhecimentos culturais ou experiências compartilhadas	45
Causas/efeitos das mudanças climáticas	73
Modelos mentais ou crenças sobre o mundo, o meio ambiente e a sociedade	32

Tabela 4: Esquema de codificação do NVivo

Codificamos, em cada transcrição, qual pôster foi discutido e quando. Em seguida, codificamos os casos em que os estudantes identificaram metáforas e metonímias de forma explícita (por exemplo, “isso é uma metáfora”) ou implícita (por exemplo, “é como se X fosse Y”). Ainda, também desenvolvemos um esquema de codificação para identificar onde as explicações ou interpretações dos alunos coincidiam com diferentes tipos de histórias ou narrativas – as quais se encontravam, muitas vezes, sobrepostas³⁶. Na Tabela 5, ilustramos o que consideramos “narrativas” a partir de exemplos das transcrições. Para pensar em narrativas, inspiramo-nos na análise temática de Braun e Clarke (2006) e nas

³⁶ Aqui, não insistimos em nenhuma distinção relevante entre “história” e “narrativa”, mas entendemos ambas como “qualquer sequência de eventos causal ou tematicamente relacionados” (Ritchie, 2017b, p. 2). Também nos baseamos em um trabalho anterior no qual definimos “mininarrativas” como “trechos conceitualmente ricos de experiências baseadas em eventos, corporificadas e culturalmente incorporadas” (O’Dowd, 2024, p. 362).

narrativas metafóricas e índices de narrativas de Ritchie (2017a, 2017b, 2010). Nesse sentido, codificamos os dados de forma iterativa até chegarmos a uma estrutura de codificação final que reflete nosso entendimento da relação entre os mapeamentos figurados e narrativos nos dados, conforme discutido na seção 3.

Tipo de narrativa/história	Exemplos
Referência a experiências pessoais/memória	“Eu lembro de quando era pequeno estar contando algo a minha mãe e ela dizer ‘quem mente, o nariz cresce!’” (“ <i>Liar, liar</i> ”)
Narrativas metafóricas, i.e., explicações de mapeamentos figurados em estilo narrativo que reflitam processos metafóricos de raciocínio	“É [tostado] como um pão quente. No momento, nós somos o pão, e nós seremos tostados.” (“ <i>Make a post</i> ”) “Tipo, faz você pensar em alguém que está doente e recebe um atestado. E se você ler tipo, a parte menor, diz para evitar que o planeta fique com febre. Pessoas doentes têm febre, o que faz você pensar que é o planeta. Então o planeta está doente. Então ele fica, tipo, mais quente.” (“ <i>Pull a sickie</i> ”)
Referência a conhecimentos culturais ou experiências compartilhadas	“Porque, tipo, você sabe, em casamentos, as pessoas estão sempre, tipo, ‘Ah, eu tenho que enviar os convites para as pessoas salvarem a data’.” (“ <i>Save the date</i> ”)
Explicações das causas e efeitos das mudanças climáticas	“Porque a Antártica, ela vai derreter se continuar assim. Então a Antártica vai se transformar em mar e não vão mais existir ursos polares ou pinguins.” (“ <i>Save Santa</i> ”)
Modelos mentais ou crenças acerca do mundo, do meio ambiente e da sociedade	“Porque a maioria das pessoas agora está geralmente em seus celulares, então eles não vão ver muita diferença. Porque tipo, poucas pessoas saem na rua e veem os efeitos. Ou tipo, o mundo de fato, ao vivo.” (“ <i>What’s fun, Instagrammable...</i> ”) “Porque tipo, nosso governo deveria nos orientar. Então, tipo, se ele não nos orienta, vamos cada vez mais pro buraco.” (“ <i>Your government</i> ”)

Tabela 5: Narrativas

O NVivo permite que os pesquisadores visualizem codificações sobrepostas a partir de um esquema de cores distinto (ver Figura 4). Como nossa pergunta de pesquisa principal se referia ao modo como os alunos refletem sobre os significados figurados dos pôsteres e de que forma esses processos de reflexão variam dependendo do(s) uso(s) criativo(s) de metáforas e metonímias, uma vez que todas as transcrições haviam sido codificadas, nós realizamos pesquisas manuais utilizando a função de visualização do NVivo para identificar os locais em que os códigos das narrativas coincidiam

(simultaneamente ou em proximidade) com as seções em que os alunos identificavam metáforas e metonímias (explícitas ou não).

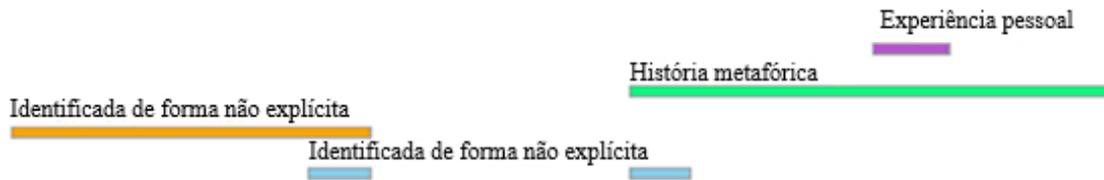


Figura 4: Visualização de faixas de codificação

Finalmente, nós agrupamos as citações dessas análises de acordo com o uso criativo específico ao qual elas correspondiam. Por exemplo, quando um código de narrativa e um código de metáfora ocorriam próximos, verificamos qual *slogan* e qual parte do *slogan* estava em discussão. Então, com base em nossas anotações (apresentadas na Tabela 3), identificamos a operação figurada e o uso criativo correspondentes. O processo de pesquisa dos dados a partir da função de visualização foi feito manualmente e de forma qualitativa, alinhando-se à natureza essencialmente qualitativa deste estudo. Pesquisas futuras poderiam fornecer dados quantitativos acerca de como as histórias se cruzam com as interpretações das pessoas sobre os usos criativos de metáforas e metonímias, de forma a possibilitar a generalização dos resultados e descobertas.

6. Resultados

Começamos essa seção com a estatística descritiva referente aos resultados do ordenamento por classificação. O tamanho atual da amostra é pequeno demais para tirar conclusões confiáveis sobre o relacionamento entre operações figuradas, usos criativos e preferências dos estudantes, mas os números apresentam uma primeira visão sobre como os estudantes se sentem em relação aos pôsteres. Na seção 6.2, apresentaremos os resultados da análise qualitativa.

Liar, liar	Birds & bees	Your government	Black Friday	Make a post	Save the date	Save Santa	Pull a sickle	What's fun...
2.212	2.576	2.667	2.879	3.182	3.212	3.273	3.424	3.576

Tabela 6: Média da classificação^a

^a Em ordem da esquerda para a direita. Quanto menor a média, maior a classificação.

6.1 Estatísticas da classificação

A tabela 6 mostra que “*Liar, liar, Earth’s on fire*” foi a melhor classificada no geral; “*What’s fun, Instagrammable and stops everyone dying*” foi classificado em último lugar. Discussões com os estudantes sugerem que eles consideram “*What’s fun...*” muito longa; além disso, eles argumentam que sua relevância para a mudança climática não foi suficientemente clara. Por fim, muitos estudantes deixaram claro que não usam Instagram pessoalmente, sendo da “geração TikTok”. “*Liar, liar...*”, porém, era familiar a eles, e eles gostaram da rima.

As frequências marginais da classificação (Tabela 7) mostram (em ordem de preferência de acordo com as classificações médias) o número de vezes que cada pôster foi classificado da primeira até a quinta linha no diamante. O pôster “*Birds & bees*” foi o mais frequentemente classificado em primeiro lugar, junto com “*Liar, liar*”. Esses dois pôsteres têm em comum o uso de aliterações (um tipo de repetição). Ambos também estendem criativamente uma metonímia já estabelecida.

		Posição 1	Posição 2	Posição 3	Posição 4	Posição 5
1.	Liar, liar	8	14	7	4	0
2.	Birds & bees	8	6	12	6	1
3.	Your government	6	9	11	4	3
4.	Black Friday	3	10	12	4	4
5.	Make a post	1	7	12	11	2
6.	Save the date	2	8	6	15	2
7.	Save Santa	3	5	13	4	8
8.	Pull a sickie	0	5	14	9	5
9.	What's fun	2	2	12	9	8

Tabela 7: Frequências marginais da classificação

6.2 Refletindo através de diferentes tipos de uso criativo

Apresentamos e discutimos agora os resultados da P1. Por motivos de espaço, focamos nas categorias que melhor representam como o tipo de uso criativo influenciou os jeitos com que os estudantes refletiram sobre os pôsteres: duplamente verdadeiro, justaposição e personificação.

6.2.1 Usos criativos duplamente verdadeiros

Seguindo Genovesi (2020), Littlemore (2022: 121) descreve usos criativos duplamente verdadeiros de metáforas/metonímias como “uma expressão que é verdadeira tanto em seu sentido literal quanto no seu metafórico [ou metonímico]”. Em nossos pôsteres, por exemplo, o *slogan* “*We need to talk about the birds and the bees*” é duplamente verdadeiro porque falar sobre os pássaros e as abelhas está metonimicamente por “a conversa” sobre sexo que crianças recebem dos seus pais³⁷. Porém, o pôster estende

³⁷ O mapeamento metonímico pode ser OBJETO PELA AÇÃO. Perceba que há também um possível mapeamento de TODO PELA PARTE, no qual pássaros e abelhas estão por natureza/vida no geral. Nós também anotamos essa expressão como um mapeamento metafórico do comportamento desses animais (i.e. polinização) em respeito à reprodução.

criativamente essa expressão eufemística com o cotexto, “...e do fato de que eles não vão existir mais”, para explorar o sentido não figurado e chamar a atenção para o perigo dessas espécies serem extintas.

Nos nossos dados, percebemos que os estudantes refletem explicitamente sobre mudança climática e ativismo climático tanto através do sentido literal quanto pelo metonímico da expressão “*the birds and the bees*”. O primeiro exemplo mostra que engajar com o sentido duplamente verdadeiro leva a reflexões sobre como as implicações ecológicas da mudança climática estão também entrelaçadas a aspectos da vida social, como a linguagem. Por exemplo:

Sadie³⁸: “Na minha opinião, eu diria que esse é o meu favorito por causa do fato que...”

Entrevistador: “O ‘*birds and bees*’?”

Sadie: “É, eu tive essa “conversa” e eu fiquei bem surpresa [...]. Sobre, sabe, sexo.”

Entrevistador: “É.”

Sadie: “E aí você tem essa imagem de pássaros e abelhas estando quase separados. E aí você pega a ideia de que eles não vão existir mais. Tipo, no futuro, se a gente não começar a fazer alguma coisa quanto a isso, então a que vamos nos referir para falar disso e o que vai acontecer no futuro?”

Aqui, Sadie demonstra preocupação sobre com o que poderíamos substituir o conhecido eufemismo se, num mundo onde pássaros e abelhas forem extintos, ele não possuir mais significado. Sua pergunta ansiosa implica que ela reconhece a dependência da expressão figurada na existência literal de pássaros e abelhas: “Tipo, no futuro, se a gente não começar a fazer alguma coisa quanto a isso, então a que vamos nos referir para falar disso e o que vai acontecer no futuro?”.

No sentido que Littlemore e Turner (2020: 47) veem comunicação figurada como “crescendo do contexto ecológico ao seu redor”, o exemplo de Sadie ilustra um jeito em que o pensamento duplamente verdadeiro provoca reflexões na interdependência da linguagem, da sociedade e da mudança climática. Recentes abordagens ecológicas à cognição também enfatizam a natureza corporificada, distribuída e situada da cognição, realizada no mundo natural e social (Bagasheva *et al.* 2022). Por exemplo, Gibbs (2022: 43) argumenta que a experiência metafórica é inerentemente informada pelas nossas experiências do mundo natural. À medida que a mudança climática perturba o mundo

³⁸ Todos os nomes são pseudônimos.

natural, ela também perturba o mundo social. O exemplo acima sugere que a criatividade duplamente verdadeira pode estimular o pensamento sobre tais interdependências, algo que pode potencialmente ser estimulado na educação para a sustentabilidade.

Discutimos outro exemplo de uma interpretação duplamente verdadeira no contexto do slogan “*Black Friday Sale, Save up to 100% of humans*”. Aqui, o uso criativo de duplamente verdadeiro de “promoção” e “economize” possivelmente engatilha um mapeamento metafórico que despersonaliza “humanos” e os compara a itens à venda em uma loja. O significado não figurado, porém, é o significado “intencional”, por assim dizer, do pôster (que os humanos precisam de proteção contra a mudança climática). Porém, Pravan interpreta esse pôster de maneira diferente, o que atesta a flexibilidade dos mapeamentos e mostra como usos criativos de operações figuradas incitam interpretações alternativas e podem levar a reflexões sobre alguns dos benefícios do ativismo climático para a sociedade:

Pravan: “Bom, promoção de Black Friday é mais para, tipo, você conseguir um desconto na maioria das coisas. E é tipo estar comparado com uma promoção. É como se, ao invés de comprar sapatos ou sei lá, você estivesse comprando a população humana ao sair e fazer pôsteres e protestar. É como se você estivesse dizendo que você não tá realmente gastando dinheiro algum, você está só saindo e fazendo algo para ajudar toda a população. [...] Porque tipo qualquer coisinha ajuda. Então se você só fizer essa coisinha para isso de graça então você está ajudando um monte.”

Pravan explica sua interpretação de forma similar a uma narrativa, sugerindo que ele vê uma comparação figurada mais ampla entre a) se envolver em promoções da Black Friday e b) se envolver em ativismo climático. O sentido metonímico de “promoção de Black Friday” (que está por descontos) também mapeia a ideia de que ativismo climático pode ser feito a baixo custo (BLACK FRIDAY POR CUSTO BAIXO; ATIVISMO POR CUSTO BAIXO). Portanto, para Pravan, o sentido duplamente verdadeiro de “promoção/economizar” do pôster oferece uma narrativa mais ampla relacionada a “fazer coisas gratuitamente” de modo geral. Pravan reconhece que o ativismo climático é “gratuito”, e reflete sobre como ele é uma forma fácil de causar um impacto significativo na sociedade. Isso sugere que o engajamento em um nível profundo com o uso “duplamente verdadeiro” de mapeamentos figurados leva a reflexões positivas sobre os benefícios de se envolver em comportamentos pró-ambientais.

Considerando ambos os exemplos juntos, parece que, nas fronteiras dos significados figurados e não figurados, os estudantes encontram espaço para pensar sobre mudança climática de formas alternativas e, talvez, até mais ricas. Usos criativos duplamente verdadeiros de operações figuradas podem expor o relacionamento entre mudança climática, linguagem e sociedade de um jeito que potencialmente promove pensamentos mais profundos sobre suas inter-relações.

6.2.2 Justaposição de várias metonímias/metáforas

A justaposição de múltiplas metonímias ou metáforas descreve a forma com que usuários do discurso podem explorar criativamente o efeito de várias metonímias ou metáforas “em proximidade” uma da outra (Littlemore; Tagg 2018: 500). A justaposição pode servir funções de coerência discursiva, humor, e construção de relacionamento e identidade (Littlemore; Tagg 2018), e funções mitigadoras, como circular ao redor de tópicos controversos ou emocionais (Biernacka 2013). Em nossos pôsteres, agrupar várias metonímias ou justapor um mapeamento metonímico e um metafórico³⁹ é uma estratégia eficaz para evocar expressões familiares ou narrativas sócio e culturalmente reconhecidas (por exemplo, “*the birds and the bees*” para a “conversa” sobre sexualidade; “*test negative*” para covid-19/outras doenças infecciosas; “*liar, liar*” para a expressão “*liar, liar, pants on fire*”), desafiando-as com uma reviravolta irônica (O’Dowd 2024).

Anotamos justaposição em 7 dos 9 pôsteres analisados. Para ilustrar um exemplo de como os estudantes interpretaram os usos criativos de justaposição, tomamos o cartaz “*Your government has tested negative... for climate action*”. Esse cartaz justapõe dois sentidos metonimicamente relacionados de “testar”: a) o sentido médico (por exemplo, fazer um teste para covid-19) e b) o sentido de “ser colocado à prova”. Ele também ativa uma metonímia de GOVERNO PELOS POLÍTICOS (INSTITUIÇÃO PELAS PESSOAS RESPONSÁVEIS). A citação abaixo mostra que esse cartaz serviu como ponto de partida para discussões sobre a sociopolítica da mudança e do ativismo climáticos⁴⁰ e a realidade

³⁹ Na Tabela 2, nós listamos “combinação de metonímia e metáfora” como um tipo de uso criativo separado, mas ele também pode ser visto como um subtipo de justaposição.

⁴⁰ Outros pôsteres que também frequentemente instigaram discussões sociopolíticas foram “*Liar, liar, Earth’s on fire*” e “*Black Friday Sale. Save up to 100% of humans*”.

emocional de viver com a mudança climática – uma preocupação especialmente relevante para os jovens atuais. Além disso, evidencia como, nas entrevistas em grupo, mapeamentos metonímicos justapostos foram frequentemente identificados nas trocas entre os participantes. Como resultado, o significado dos cartazes foi gradualmente construído de forma dinâmica, permitindo que os estudantes codesenvolvessem interpretações mais completas:

Jesse: “Bom, o governo, eu acho que basicamente significa que, tipo, ativistas climáticos tipo meio que testaram [faz gesto de aspas] o governo.”

Entrevistador: “‘Testaram’ entre aspas?”

Jesse: “É, não de verdade, mas tipo... Então o que realmente significa é tipo como eles basicamente não fazem nada de verdade pelo clima.”

[...]

Entrevistador: “*Okay*, obrigado. [Yasmin], algo a adicionar sobre isso?”

Yasmin: “Eu acho que meio que se relaciona a tipo covid e como ao invés de testar negativo para covid, eles testaram negativo para tipo ajudar o planeta.”

Entrevistador: “Fantástico.”

Yasmin: “E que eles realmente não fizeram nada para ajudar.”

Deva: “Eu tava pensando que tipo eles disseram que eles não estão fazendo nada para ajudar porque tem tantos exemplos de pessoas tentando protestar contra a mudança climática mas eles só, o governo simplesmente não parece se importar. Mas a verdade é que eles não percebem que, se eles não estão ajudando, então não vai existir mais um mundo para nós, tipo para os filhos deles, como nós e a nossa geração, para prosseguir porque eles focam nas coisas que estão acontecendo agora ao invés do futuro. E eu acho que focar no futuro é mais importante que focar no agora.”

Essa conversa se desenvolve dinamicamente de duas formas em relação ao uso criativo de “testar”: a) semanticamente, em termos dos significados metonímicos de “testar” e b) tematicamente, em relação às visões políticas dos estudantes e suas ansiedades climáticas. Para Jesse e Yasmin, a expressão “testou negativo” dispara narrativas culturalmente arraigadas (no caso de Jesse, “ser testado” por ativistas climáticos; e, no de Yasmin, a pandemia de covid-19). Deva amplia essas narrativas para levantar questões políticas e emocionais, associando “testou negativo” à ideia de que o governo ignorou as demandas dos ativistas climáticos.

Nesse sentido, o significado de “testou negativo” é desenvolvido de maneira ligeiramente diferente e com mais nuances por cada estudante. A noção de “como as pessoas criam coletivamente” em contextos de mudança social é, segundo Glăveanu (2017: 22), uma área de pesquisa sobre criatividade e cultura que merece mais atenção. O trecho acima demonstra como a discussão coletiva de significados metonímicos justapostos pode

levar, em particular, a dois resultados produtivos: o primeiro, uma compreensão mais aprofundada das mudanças climáticas a partir de perspectivas sociopolíticas e emocionais. O segundo, que a negociação coletiva de múltiplos significados metonímicos reforça a oportunidade de os estudantes compartilharem opiniões ou preocupações pessoais sobre aspectos sociais, políticos e emocionais das mudanças climáticas. Essa abordagem também se alinha com o objetivo central da entrevista – discutir a linguagem – e pode, assim, oferecer um espaço seguro e contextualmente relevante para tal discussão.

6.2.3 Personificação

A personificação ocorre quando dá-se a uma entidade não humana qualidades ou características humanas. Esse efeito pode resultar de metonímias, metáforas ou, em alguns casos, da fronteira entre ambos (Littlemore 2022). No pôster “*Pull a sickie to stop the planet getting a temperature*”, o “planeta” está metonimicamente pela VIDA NA TERRA (LUGAR POR HABITANTES/ESPÉCIES). Nesse sentido, há uma personificação parcialmente metonímica. No entanto, também há uma personificação metafórica ao se comparar a forma como humanos podem ter febre quando adoecem e o modo como as mudanças climáticas causam o aumento da temperatura da Terra. Assim, o termo “*temperature*” também possui uma ressonância duplamente verdadeira, devido ao seu uso simultaneamente literal (ou seja, o aumento da temperatura terrestre) e figurado (sugerindo febre).

Embora esse pôster use a personificação de forma criativa, metáforas que personificam a Terra, o ecossistema e a natureza são altamente convencionais. Além de expressões comuns como “Mãe Terra”, pesquisadores já analisaram a metáfora ECOSSISTEMA-SAÚDE em contextos científicos e políticos (Ross *et al.* 1997), de sustentabilidade (Rapport, 1995) e em discursos ativistas (Augé 2023b). Esses estudos sugerem que o domínio-fonte SAÚDE enfatiza a dependência humana em relação ao planeta e também pode promover a consciência ecológica, ao levar as pessoas a pensarem no meio ambiente a partir de suas próprias experiências com doenças (Augé 2023b). Observamos esse efeito em nossos dados. Além disso, percebemos que, ao recorrerem às suas relações pessoais com a DOENÇA, as interpretações dos estudantes sobre esse pôster

abriram conversas valiosas sobre mudança/ativismo climático em termos de suas implicações emocionais e éticas. Em particular, o trecho abaixo mostra como a metáfora O PLANETA É UM SER HUMANO DOENTE evocou uma resposta altamente autorreflexiva de um estudante:

Entrevistador: “E algum motivo em particular para ele [o pôster do ‘*Pull a sickie*’] estar na sua segunda linha, tão acima em termos de favoritos?”

Stefan: “Porque tipo quando diz ‘*pull a sickie*’ ele te diz que, tipo, é como refletir sobre você mesmo. Porque é como se você estivesse doente então as pessoas vão te ajudar. Então, se o mundo está doente, você tem que ir ajudá-lo.”

Entrevistador: “É, eu acho que é...”

Stefan: “É, eu acho que isso é importante.”

Nessa entrevista (continuação abaixo), Stefan faz comentários de grande sensibilidade. Para começar, seu primeiro comentário sugere que ele reconhece o uso da personificação; em segundo lugar, que esse uso tem como objetivo desencadear uma forma de autorreflexão (“é como refletir sobre você mesmo”). Em seguida, ele parece analisar a metáfora do SER HUMANO DOENTE por meio de: a) sua experiência pessoal íntima de ter sido apoiado por outros durante uma doença (“se você está doente, então as pessoas vão te ajudar”: ESTAR DOENTE POR RECEBER APOIO); b) a responsabilidade concomitante que sente para com outros que estão doentes, incluindo a Terra (“Então, se o mundo está doente, você tem que ir ajudá-lo”). Como resultado, Stefan passa a se envolver de maneira ainda mais íntima com o pôster, no contexto das recompensas emocionais associadas a cuidar da Terra como se cuidaria de uma pessoa doente e do incentivo moral para fazê-lo:

Stefan: “Bom, o pôster faz eu me sentir como quando as pessoas lhe ajudam quando você está doente. E essa sensação é boa, então ela vai fazer você se sentir melhor se você está fazendo por outra pessoa. Então, se você fizer o mesmo pelo mundo, isso vai fazer você se sentir melhor.”

Para Stefan, o incentivo para “ajudar” o mundo doente parece originar-se 1) de enxergar a relação com a Terra com o mesmo valor que se atribuiria à relação com outro ser humano – uma forma de identificação impulsionada pela personificação – e 2) de um espaço de reflexão moral e emocional sobre o tratamento que os humanos dispensam ao planeta.

Em nossos últimos exemplos, temos dois casos de estudantes avaliando a utilidade da metáfora do SER HUMANO DOENTE em grupos (novamente no contexto de “*Pull a sickie*”). A flexibilidade dos mapeamentos metafóricos leva, mais uma vez, a interpretações distintas que sugerem a relevância de discutir usos criativos de operações figuradas para desenvolver a consciência linguística em torno das mudanças climáticas:

Robin: “É basicamente para parar o superaquecimento do mundo. Tipo quando você está doente, você frequentemente fica com febre. Então é algo muito frequente. Mas a maioria das pessoas iriam então dizer que, ah, quando eu tenho febre eu só aguento ou deixo pra lá. Então elas vão pensar, ah, bom, se a Terra tá com febre, ela consegue deixar pra lá. Ela lida com a situação. [...]”

Entrevistador: “Certo, você consegue deixar pra lá. É algo que você consegue curar?”

Phoebe: “É.”

Entrevistador: “Enquanto com mudança climática...”

Phoebe: “Você não consegue curar.”

Robin: “Ou simplesmente deixar pra lá.”

Nesse trecho, Phoebe e Robin trabalham juntas para explicar porque consideram a metáfora do SER HUMANO DOENTE inadequada para discutir mudanças climáticas. Elas recorrem a dois elementos do domínio-fonte DOENÇA – “lidar com a situação” [*“coping”*] e “deixar pra lá” [*“getting over”*] – para argumentar que o mapeamento metafórico pode ser contraproducente no incentivo à adoção de atitudes ambientalmente responsáveis. Em outra entrevista em grupo, os estudantes interpretaram o mesmo mapeamento de forma diferente, sugerindo que a metáfora é reducionista, pois compara a Terra a um bebê dependente, e que a metáfora da Mãe Natureza (que Viktoria aponta como dominante na sociedade) oferece uma conceituação mais empoderadora:

Mathias: “É sobre garantir que a Terra não fique doente. É meio que como uma metáfora.”

Pia: “É quase como tratar a Terra como se fosse um bebezinho que precisa de muito cuidado.”

[...]

Viktoria: “Quero dizer, pra mim, é mais como se fosse um jeito pessoal de ver. Eu não sou muito fã dessa brincadeira meio infantil porque a natureza é sempre vista como uma mãe. É como a mãe natureza. Então emburrecê-la e vê-la como uma criança não é exatamente a minha coisa favorita.”

[...]

Pia: “É. Por tudo que ela fez e todo o poder que a natureza tem, isso meio que faz ela parecer fraca. Mesmo que... É assim que eu vejo.”

Juntos, esses exemplos demonstram que metáforas de personificação podem desencadear uma variedade de reflexões emocionais e éticas, incluindo a identificação com o planeta e a importância de cuidar dele. Além disso, ao negociarem em grupo as diversas implicações dessas metáforas, os estudantes se envolvem com a forma como as metáforas podem transmitir abordagens mais ou menos adequadas e avaliações do planeta, destacando, assim, porque a linguagem que usamos para falar do planeta tem consequências profundas.

7. Discussão e conclusão

Este estudo explorou alguns dos mecanismos de criatividade por trás do uso da linguagem figurada no contexto do ativismo climático digital. Para responder à principal pergunta de pesquisa — “Como os estudantes interpretam os significados figurativos dos cartazes e como esses processos de interpretação variam dependendo do tipo de uso criativo de metáforas/metonímias?” —, realizamos entrevistas com alunos dos anos finais do Ensino Fundamental, pedindo que explicassem suas interpretações de 9 *slogans* figurados de pôsteres compartilhados nas redes sociais durante as Global Climate Strikes e o movimento #FridaysForFuture.

Descobrimos que diferentes usos criativos de metáforas e metonímias influenciam as formas como os estudantes refletem sobre algumas das implicações sociais, políticas, éticas e científicas das mudanças climáticas e do ativismo climático, bem como sobre como essas implicações são significativas para a vida dos estudantes. Mais precisamente, observamos que o uso de criatividade duplamente verdadeira, a justaposição de múltiplas operações metonímicas e a personificação levaram os estudantes a refletir sobre essas questões no contexto de seu conhecimento social e cultural (e.g. familiaridade com *slogans* convencionais ou expressões eufemísticas), de suas memórias ou experiências pessoais (e.g. lembranças compartilhadas de doenças) e de suas opiniões, valores e crenças pessoais (e.g. políticas/morais).

Em segundo lugar, a análise resultou em um esquema de codificação para compreender as formas como a interpretação do significado figurado se alinha à narrativa no contexto de nossas entrevistas. Um estudo anterior sugeriu que, apesar de alguns problemas relacionados à flexibilidade dos mapeamentos figurados para a compreensão

infantil sobre as mudanças climáticas (ex.: Deignan *et al.* 2019), também é possível “celebrar” as oportunidades de “criatividade e construção colaborativa de significados” nesse contexto (Deignan; Semino 2022: 201). De fato, pesquisas em educação climática destacam a necessidade de “ir além da compreensão do conhecimento científico sobre mudanças climáticas entre os jovens (ou da falta dele)” e, em vez disso, buscar “novas formas de tornar as mudanças climáticas significativas para crianças e jovens, por meio de modos participativos e baseados em artes de engajamento” (Rousell; Cutter-Mackenzie-Knowles 2020: 203).

Nosso estudo contribuiu para essa chamada ao mostrar que usos criativos de mapeamentos figurados oferecem oportunidades ricas para explorar a temática das mudanças climáticas com estudantes em maneiras que são significativas para eles, tanto pessoal quanto culturalmente. A análise mostrou que as narrativas que os estudantes criam para explicar suas compreensões dos slogans dos pôsteres levam, em primeiro lugar, a importantes processos de produção de sentido sobre as implicações das mudanças climáticas e, em segundo lugar, a reflexões importantes sobre como nossas vidas e experiências cotidianas fazem parte dessas implicações. Dessa maneira, o estudo sugere que há valor em abordar a educação sobre mudanças climáticas de uma perspectiva linguística criativa — algo que não é prioridade atual no Reino Unido (Heinemeyer *et al.* 2024) — e que pensar criativamente sobre ativismo climático é um contexto produtivo para fazê-lo.

Ao desenvolver um esquema de codificação para analisar diferentes “tipos de narrativa” nos dados (por exemplo memórias/experiências pessoais; narrativas metafóricas; experiência ou conhecimento cultural compartilhado; causas/efeitos das mudanças climáticas; e modelos mentais ou crenças sobre o mundo, o meio ambiente e a sociedade), nós contribuímos para desvendar a relação entre os significados narrativos e figurados. Para nosso estudo, isso ajudou a entender melhor alguns dos mecanismos da criatividade e suas implicações para a educação e o pensamento. Especificamente, nós revelamos o potencial para usos criativos de metáfora e metonímia para ativar jeitos novos e cocriados de pensar sobre a crise climática com jovens estudantes, como o potencial da personificação para ativar reflexões emocionais e éticas sobre o impacto da mudança climática no planeta. Além disso, os esquemas de codificação de “tipos de narrativa” que nós desenvolvemos fornece um ponto de partida para pesquisas futuras para continuar a

investigar a relação entre interpretação e narrativa figurada em contextos discursivos situados socialmente, politicamente e ambientalmente. Uma forma pela qual isso poderia ser expandido é através do uso de métodos quantitativos.

Por fim, é possível que usos convencionais (ao contrário de criativos) de metáforas e metonímias também provoquem conversas interessantes. Por exemplo, Augé (2023b: 233) argumenta que a personificação convencional da Terra como “Mãe Natureza” “promove ligações emocionais entre recipientes metafóricos e o sistema ecológico”. Porém, essa hipótese ainda precisa ser testada em um contexto baseado em participantes. Neste estudo, nós focamos em criatividade, já que pesquisas anteriores destacaram a importância de incorporar práticas mais criativas na educação sobre mudanças climáticas. Ademais, ao fazer isso, nós contribuímos para pesquisas emergentes em criatividade e figuratividade em estudos discursivos sobre o clima. Pesquisas futuras ainda podem mostrar se a negociação de discursos criativos e figurados leva a ação social em um sentido quantificável, mas nossa análise fornece uma maneira de engajar em um nível mais profundo com linguagem figurada e fornecer espaço para discutir e cointerpretar seus múltiplos significados possíveis pode gerar reflexões importantes, o que nós vemos como uma ação por si só.

Este estudo tem várias limitações, as quais nós gostaríamos de propor como oportunidades para pesquisas futuras. Uma dessas é que nós não tivemos tempo de consultar os estudantes entrevistados sobre nossas interpretações das suas respostas. Como pesquisadores, talvez involuntariamente, acabamos encontrando mais significados do que era a intenção dos participantes, além da possibilidade de termos deixado passar significados onde havia alguma intenção. Pesquisas futuras poderiam focar em tomar uma abordagem mais colaborativa na análise dos dados, talvez de maneira a balancear esse viés analítico. Outra possível busca poderia envolver ir mais a fundo nas maneiras como a comunicação figurada criativa reflete e molda o relacionamento e a experiência de jovens com a crise climática, talvez focando em suas emoções e criando um conjunto de diretrizes para o âmbito da educação. Por fim, nós reconhecemos a falta de detalhes demográficos coletados durante a entrevista. Enquanto nós restringimos nossa amostra pela idade, escolhas estaduais e regiões, outros critérios podem ser relevantes para investigações futuras, como gênero e ambiente familiar.

Financiamento

Este estudo não recebeu qualquer tipo de financiamento.

Declaração de conflito de interesse

Nenhum.

Declaração de Contribuições dos Autores

Niamh A. O’Dowd: Escrita — revisão e edição, Escrita — rascunho original, Software, Recursos, Administração do projeto, Metodologia, Análise formal, Curadoria de dados, Conceitualização. Lorraine Adriano: Escrita — revisão e edição, Metodologia, Curadoria de dados, Conceitualização. Jeannette Littlemore: Escrita — revisão e edição, Metodologia, Conceitualização.

Agradecimentos

Gostaríamos de agradecer aos professores e alunos das escolas que visitamos. E a Oli Frost, por seus *insights* em elaborar os *slogans* e fornecer os *templates*.

Apêndice A

Protocolo da entrevista

Introdução

- O que é ativismo climático?
- Você conhece ou já ouviu falar sobre ativistas climáticos famosos?
- Em que ativistas climáticos acreditam?
- Como ativistas climáticos buscam alcançar seus objetivos?
- Você sabe o que são pôsteres/cartazes? Como eles são usados em passeatas/protestos?

Tarefa

Solicite aos participantes que classifiquem os pôsteres na estrutura do diamante.

1. Por que você escolheu este como seu (menos/segundo/terceiro etc.) favorito?
2. Você consegue explicar o sentido da linguagem empregada/o que o pôster está querendo dizer?
3. Como exatamente o pôster passa a mensagem pretendida? É empregada alguma estratégia em particular?
4. Como ele faz você pensar sobre ativismo climático?
5. Por que você acha que protestantes/ativistas climáticos usam esse tipo de linguagem/se expressam dessa maneira?

Questões adicionais (a depender do quão envolvidos os participantes estão na tarefa)

1. Você acha que tem algo engraçado nessa mensagem? O quê/por quê?
2. O que ela te lembra?
3. Você consegue explicar por que essa chamou a sua atenção?
4. Você acha que ela tem algum duplo sentido? Se sim, sabe explicar qual?
5. Qual o objetivo do pôster?

Apêndice B

Esquema de codificação para a transcrição das entrevistas*

*Obs.: os códigos podem coocorrer

	Descrição	N	Exemplos
Metáfora			
Identificadas explicitamente	<p>O estudante identifica explicitamente uma metáfora, e.g., “é uma metáfora”, “é como uma metáfora”;</p> <p>O estudante usa as palavras “comparar” ou “comparação” para demonstrar consciência explícita de uma comparação intencional entre duas entidades, e.g., “ele compara X a Y”;</p> <p>O estudante identifica o uso de personificação, e.g., “é uma personificação”</p>	17	<p>“Porque a Antártica, ela vai derreter se continuar assim. Então a Antártica vai se transformar em mar e não vão mais existir ursos polares ou pinguins. E talvez nem mesmo renas para que o Papai Noel viaje ao redor do mundo, o que poderia, potencialmente, acabar com o Natal e, tipo, com o mundo. Como uma metáfora.” (“Save Santa”)</p>

Identificadas de forma não explícita	<p>O estudante parece identificar um sentido metafórico, mas não afirma explicitamente “é uma metáfora/é uma comparação entre X e Y” (ou similares);</p> <p>“Como” não foi automaticamente codificado como metáfora, uma vez que possui funções discursivas;</p> <p>Marcadores da identificação de forma não explícita incluem:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “Também poderia estar falando sobre X” (i.e., ao invés de Y); - “É como se você estivesse fazendo X” (i.e., em contraste com Y); - “Não é literalmente como X, mas está sendo dito que é como se fosse X”; - “É como um <i>link</i> entre X e Y” 	85	<p><i>Estudante A</i>: “Também gosto de como ele diz para impedir que o planeta fique com febre, porque se você ficar doente, provavelmente terá febre. [...] E também porque a mudança climática é o aumento da temperatura do planeta.”</p> <p><i>Entrevistadora</i>: “Então o que a linguagem está fazendo aqui?”</p> <p><i>Estudante B</i>: “É como um tipo de <i>link</i>. Hm, é como um <i>link</i> entre a vida de uma pessoa e o planeta e o mundo, e como as mudanças climáticas afetam isso.” (“<i>Pull a sickie</i>”)</p>
Metonímia			
Identificadas explicitamente	<p>O estudante identifica explicitamente uma relação metonímica, e.g., “é uma metonímia”</p>	0	-
Identificadas de forma não explícita	<p>O estudante identifica o sentido metonímico, mas não afirma explicitamente “é uma metonímia” (ou similares);</p> <p>Marcadores da identificação de forma não explícita incluem:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “X se refere a Y”; - “X está relacionado a Y”; - “Quer dizer X” (i.e., em oposição a Y); - O estudante descreve “Y” como uma característica de “X” 	391	<ol style="list-style-type: none"> 1. “Então quando diz ‘Mentiroso, mentiroso, a Terra está pegando fogo’, está se referindo às queimadas.” (“<i>Liar, liar, Earth’s on fire</i>”) 2. “O Papai Noel está tipo, no, tipo, Polo Norte, onde é realmente frio e tipo, neva todos os dias.” (“<i>Save Santa</i>”) 3. “Eu ouvi dizer que... Eu não sei se é verdade, mas as abelhas são, tipo, uma parte muito importante, tipo, do ecossistema. Elas nos ajudam muito.” (“<i>Birds & bees</i>”)

Narrativas

Experiência pessoal/memórias	<p>Referências às experiências pessoais ou memórias do estudante. Exemplos incluem:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Referências a experiências vividas/memórias específicas, e.g., adoecimento, infância etc.; - Referências a coisas que o estudante vê ou faz no seu dia a dia, e.g., no caminho para a escola, em seu tempo livre; - Referências a experiências ou cenários que tendem a ser comuns, mas que são explicados de forma a sugerir uma experiência pessoal do estudante, e.g., a escuta do canto dos pássaros, a sensação de uma queimadura de pele, o uso específico de certas gírias entre um grupo de colegas e como eles as utilizam na escola, as emoções particulares vivenciadas durante o <i>lockdown</i> na pandemia; <p>Marcadores incluem:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “Isso me lembra de”; - “É nostálgico”; - “Me faz/faz você pensar em” 	<p>29</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “Eu acho que é tipo, quando você fica doente e diz para os seus pais que não está se sentindo bem, e eles então, tipo, colocam a mão na sua testa para, tipo, sentir se você está quente e se pode ficar em casa.” (“<i>Pull a sickie</i>”) 2. “Às vezes eu vejo, tipo, fumaça saindo dos, hm, tipo, prédios.” (“<i>Liar, liar</i>”) 3. “Hm... Com a do “<i>Liar, liar</i>”, é um pouco nostálgico. Tipo, a rima e tal... De ouvir a rima quando eu era criança, enfim... É. A nostalgia contrasta com a realidade e faz você pensar muito sobre seu passado também.” (“<i>Liar, liar</i>”) 4. “Porque se você observar, tipo, as abelhas e os pássaros, e eles, tipo, gostam de cantar pela manhã, é meio tranquilo.” (“<i>Birds & bees</i>”)
Narrativa metafórica	<p>Explicações sobre metáforas específicas ou outros mapeamentos figurados no estilo de uma narrativa, refletindo processos metafóricos de raciocínio;</p> <p>Marcadores incluem:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “Faz você imaginar um(a)...” - “É como/porque tipo...” 	<p>79</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “Porque agora é como se a Terra estivesse dentro de uma torradeira. Com o aquecimento global, fica cada vez mais quente, e nós precisamos nos mobilizar e salvar o planeta antes que ele queime.” (“<i>Make a post</i>”) 2. “Também pode não estar falando de queimadas porque, quando você relaciona isso, por exemplo, a uma casa em chamas, isso é trágico e também é um ambiente ruim. Quero dizer, você não voltaria a morar lá. Então poderia estar falando sobre como a Terra não é cuidada ou como não é um ambiente amigável para se viver.” (“<i>Liar, liar</i>”)

Conhecimentos
culturais ou
experiências
compartilhadas

Referências a conhecimentos culturais ou experiências compartilhadas. Exemplos incluem:

- Referências a pandemia de covid-19;

- Referências a conhecimentos ou experiências relacionadas ao cotidiano, tradições ou hábitos, e.g., comer torrada ou mel, usar redes sociais etc.;

- Referências a coisas ou personalidades famosas (reais ou imaginárias), e.g., Rei Charles, Greta Thunberg, Papai Noel, pássaros/abelhas, incluindo o que elas representam e como tipicamente se comportam, de acordo com o senso comum

Marcadores incluem:

- “Todo mundo sabe que...”;

- “Normalmente/é normal”

45

1. “A covid foi algo que a maior parte das pessoas vivenciou e terá vivenciado, pois começou por volta de dezembro de 2019, e a pandemia durou praticamente todo o ano de 2020. Acho que é algo que todo mundo vai se lembrar, vai conhecer, vai ter lembranças daquela época. A covid-19 é algo que a maioria das pessoas sabe. Então fazer testes e negativar para eles, elas vão se lembrar disso por causa daquela época.” (“*Your government*”)

2. “Eu também gosto desse porque quando você imagina, tipo, os pássaros, você imagina eles coloridos e majestosos. E tipo, as abelhas, elas são importantes, então você está pensando tipo, as abelhas fazem mel, né? Você faz mel, quer dizer, usa mel quase todos os dias.” (“*Birds & bees*”)

3. “Uma torrada pode, tipo, queimar às vezes, mas você pode ter uma torrada boa e uma torrada ruim. Uma torrada ruim é uma torrada queimada, enquanto uma torrada boa tem um gosto bom e também parece boa.” (“*Make a post*”)

Causas/efeitos das mudanças climáticas	<p>Referências às causas e aos efeitos das mudanças climáticas. Exemplos incluem:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Referências ou explicações sobre as causas e efeitos reais das mudanças climáticas, e.g., o derretimento das calotas polares, o desmatamento, a poluição, as extinções etc.; - Explicações sobre as relações entre causas e efeitos, como o desmatamento e o derretimento das calotas polares; - Referências às causas/efeitos das mudanças climáticas discutidas em âmbito público (e.g., jornais, política), como as queimadas em determinados países; <p>Marcadores incluem:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “É por causa do(a)...”; - “Faz com que X aconteça”; - “X está relacionado às mudanças climáticas” 	73	<ol style="list-style-type: none"> 1. “Hm, porque as abelhas e os pássaros são muito importantes para o ecossistema: para termos mais árvores, mais flores, e reduzir a emissão de CO₂. E a biodiversidade é importante, porque se as abelhas morrerem, algumas espécies de pássaros morrerão, e aí seus predadores morrerão, assim como alguns parasitas que dependem deles. É um ciclo de morte.” (<i>“Birds & bees”</i>); 2. “Sim, está aquecendo. Tipo, a temperatura está aumentando. E aí, tipo, por causa de toda a emissão de dióxido de carbono no ar, que vai derreter todo o... Tipo, ela faz o planeta ficar mais quente, e vai derreter tudo.” (<i>“Pull a sickie”</i>)
Modelos mentais ou crenças sobre o mundo, o meio ambiente e a sociedade	<p>Referências a modelos mentais ou crenças acerca do mundo, do meio ambiente e da sociedade. Exemplos incluem:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crenças religiosas; - Valores morais ou ambientais, e.g., a importância de não jogar lixo no chão para proteger o meio ambiente; - Conceitualizações ou crenças sobre política/governo; - Conceitualizações ou ideias sobre a sociedade ou tendências sociais, e.g., o vício em redes sociais/telefones; - Conceitualizações ou entendimentos sobre ciência/planeta/mudanças climáticas 	32	<ol style="list-style-type: none"> 1. “Porque tipo, Deus fez esse planeta para, tipo, ele disse para nós protegermos esse planeta. E nós não estamos fazendo isso ao jogar as coisas fora.” (<i>“Save Santa”</i>) 2. “Principalmente porque todo mundo está viciado – onde quer que as pessoas vão –, eu sempre vejo as pessoas nas redes sociais. Ao invés de ajudarem uns aos outros, eles preferem, tipo, tirar uma foto e postar nas redes.” (<i>“What’s fun, Instagrammable...”</i>) 3. “Eles focam apenas em coisas acontecendo em outros lugares, como a guerra na Ucrânia etc. Mas ao invés de focar em ações climáticas, eles gastam dinheiro com outras coisas, dinheiro que poderia ser destinado à substituição de usinas movidas a combustíveis fósseis e que poderiam ser substituídos por fontes de energia renováveis.” (<i>“Your government...”</i>)

Referências

- AUGÉ, A. The red Rebel Brigade and the blood Bath: environmental activism and the visual impacts of metaphors. *Metaphorik.de*, v. 34, p. 69-99, 2023a.
- AUGÉ, A. COVID-19 as a framing device for environmental protest: the ECOSYSTEM HEALTH metaphor. *Environmental Communication*, v. 17, p. 230-244, 2023b.
- BAGASHEVA, A.; HRISTOV, B.; TINCHEVA, N. (ed.) *Figurativity and Human Ecology, Figurative Thought and Language*. Amsterdã: John Benjamins Publishing Company, 2022.
- BARCELONA, A. Metonymy-guided discourse inferencing. A qualitative study. *Lublin Studies in Modern Languages and Literature*, v. 47, p. 11-29, 2023.
- BENTZ, J. Learning about climate change in, with and through art. *Climatic Change*, v. 162, p. 1595-1612, 2020.
- BENTZ, J. *et al.* 2022. Creative, embodied practices, and the potentialities for sustainability transformations. *Sustainability Science*, v. 17, p. 687-699, 2022.
- BIERNACKA, E. *A Discourse Dynamics Investigation of Metonymy in Talk*. 2013. Tese (Doutorado em Filosofia) – The Open University, Reino Unido, 2013.
- BOWDLE, B. F.; GENTNER, D. The career of metaphor. *Psychological Review*, v. 112, p. 193-216, 2005.
- BRAUN, V.; CLARKE, V. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, v. 3, p. 77-101, 2006.
- BRDAR, M. On so-called novel and regular metonymies. *Applied Linguistics*, v. 42, p. 1014-1020, 2021.
- BRDAR, M. Novel metonymies, wine and wineskins, old and new ones. *Jezici i Kulture u Vremenu i Prostoru*, v. 7, n. 1, p. 123-134, 2018.
- BROWN, G.; PICKERILL, J. 2009. Space for emotion in the spaces of activism. *Emotion, Space and Society*, v. 2, n. 1, p. 24-35, 2009.
- CAMBRIDGE UP. Cambridge Dictionary: English Dictionary: Translations & Thesaurus. *Cambridge Dictionary*. [S. l.], 2024. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/>. Acesso em: 13 fev. 2024.
- CAMERON, L. Patterns of metaphor use in reconciliation talk. *Discourse & Society*, v. 18, n. 2, p. 197-222, 2007.

CAMERON, L.; DEIGNAN, A. The emergence of metaphor in discourse. *Applied Linguistics*, v. 27, n. 4, p. 671-690, 2006.

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

CATANZARO, M.; COLLIN, P. Kids communicating climate change: learning from the visual language of the SchoolStrike4Climate protests. *Educational Review*, v. 75, n. 1, p. 9-32, 2023.

CLARK, J. Using diamond ranking as visual cues to engage young people in the research process. *Qualitative Research Journal*, v. 12, n. 2, p. 222-237, 2012.

COZEN, B. Mobilizing artists: green patriot posters, visual metaphors, and climate change activism. *Environmental Communication*, v. 7, p. 297-314, 2013.

DEIGNAN, A. Mappings and narrative in figurative communication. *In: HAMPE, B. (ed.). Metaphor*. Cambridge: Cambridge University Press, 2017. p. 200-219.

DEIGNAN, A.; SEMINO, E. Metaphors and Meaning-Making in Young People's Talk about Climate Change. *In: COLSTON, H. L.; MATLOCK, T.; STEEN, G. J. (ed.). Dynamism in Metaphor and Beyond*. Amsterdã: John Benjamins Publishing Company, 2022. p. 191-203.

DEIGNAN, A.; SEMINO, E.; PAUL, S.-A. Metaphors of climate science in three genres: research articles, educational texts, and secondary school student talk. *Applied Linguistics*, v. 40, p. 379-403, 2019.

DOYLE, J. Creative communication approaches to youth climate engagement: using speculative fiction and participatory play to facilitate Young people's multidimensional engagement with climate change. *International Journal of Communication*, v. 14, p. 2749-2773, 2020.

EL REFAIE, E. *Visual Metaphor and Embodiment in Graphic Illness Narratives*. New York: Oxford University Press, 2019.

EL REFAIE, E. Metaphor in political cartoons: exploring audience responses. *In: FORCEVILLE, C.; URIOS-APARISI, E. (ed.). Multimodal Metaphor*. Berlim: De Gruyter Mouton, 2009. p. 173-196.

FENG, Z. Metonymy as a semiotic resource in fictional narrative. *Chinese Semiotic Studies*, v. 18, p. 475-491, 2022.

FISHER, D. R.; NASRIN, S. Climate activism and its effects. *WIREs Climate Change*, v. 12, p. e683, 2021.

FORCEVILLE, C.; URIOS-APARISI, E. *Multimodal Metaphor*. Berlim: Walter de Gruyter, 2009.

FUOLI, M.; LITTLEMORE, J.; TURNER, S. Sunken ships and screaming banshees: metaphor and evaluation in film reviews. *English Language & Linguistics*, v. 26, n. 1, p. 75-103, 2021.

GENOVESI, C. Metaphor and what is meant: metaphorical content, what is said, and contextualism. *Journal of Pragmatics*, n. 157, p. 17-38, 2020.

GENTNER, D. Structure-mapping: a theoretical framework for analogy. *Cognitive Science*, v. 7, n. 2, p. 155-170, 1983.

GIBBS JR., R. W. Looking for metaphor in the natural world. In: BAGASHEVA, A.; HRISTOV, B.; TINCHEVA, N. (ed.). *Figurativity and Human Ecology, Figurative Thought and Language*. Amsterdã: John Benjamins Publishing Company, 2022. p. 43-61.

GIBBS JR., R. W. Words making love together: dynamics of metaphoric creativity. In: WINTER-FROEMEL, E.; THALER, V. (ed.). *Cultures and Traditions of Wordplay and Wordplay Research*. Berlim: De Gruyter, 2018. p. 23-46.

GIBBS JR., R. W. *The Poetics of Mind: Figurative Thought, Language, and Understanding*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

GIBBS JR., R. W.; CAMERON, L. The social-cognitive dynamics of metaphor performance. *Cognitive Systems Research, Perspectives on Social Cognition*, v. 9, p. 64-75, 2008.

GLĂVEANU, V. P. Art and social change: the role of creativity and wonder. In: AWAD, S. H.; WAGONER, B. (ed.). *Street Art of Resistance*. Suíça: Springer International Publishing, 2017. p. 19-37.

GOOSSENS, L. Metaphonymy: the interaction of metaphor and metonymy in figurative expressions for linguistic action. In: BY WORD of Mouth: Metaphor, Metonymy, and Linguistic Action in a Cognitive Perspective. Amsterdã: John Benjamins Publishing Company, 1995. p. 159-174.

HEINEMEYER, C. *et al.* Mutual learning through participatory storytelling: creative approaches to climate adaptation education in secondary schools. *Research in Education*, v. 118, n. 1, p. 87-107, 2024.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. *Metaphors We Live by*. Chicago: University of Chicago Press, 1980.

LAKOFF, G.; TURNER, M. *More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago: University of Chicago Press, 1989.

LITTLEMORE, J. On the creative use of metonymy. *Review of Cognitive Linguistics*, v. 20, n. 1, p. 104-129, 2022.

LITTLEMORE, J. *Metaphors in the Mind: Sources of Variation in Embodied Metaphor*. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.

LITTLEMORE, J.; TAGG, C. Metonymy and text messaging: a framework for understanding creative uses of metonymy. *Applied Linguistics*, v. 39, p. 481-507, 2018.

LITTLEMORE, J.; TURNER, S. Metaphors in communication about pregnancy loss. *Metaphor and the Social World*, v. 10, p. 45-75, 2020.

LITTLEMORE, J.; TURNER, S.; TUCK, P. *Creative Metaphor, Evaluation, and Emotion in Conversations about Work*. Londres: Routledge, 2023.

MUSOLFF, A. Metaphor scenarios in public discourse. *Metaphor Symbol*, v. 21, p. 23-38, 2006.

NIEBERT, K., GROPPENGIEßER, H. Understanding the greenhouse effect by embodiment – analysing and using students' and scientists' conceptual resources. *International Journal of Science Education*, v. 36, p. 277-303, 2014.

O'DOWD, N. A. The potential of creative uses of metonymy for climate protest. *Discourse & Society*, v. 35, n. 3, p. 360-380, 2024.

OKONSKI, L.; GIBBS, R. W.; CHEN, E. Metaphor in multimodal creativity. In: HIDALGO-DOWNING, L.; KRALJEVIC MUJIC, B. (ed.), *Performing Metaphoric Creativity across Modes and Contexts, Figurative Thought and Language*. Amsterdã: John Benjamins Publishing Company, 2020. p. 19-42.

PÉREZ-SOBRINO, P. *Multimodal Metaphor and Metonymy in Advertising*. Amsterdã: John Benjamins, 2017.

PÉREZ-SOBRINO, P. Multimodal metaphor and metonymy in advertising: a corpus-based account. *Metaphor Symbol*, v. 31, p. 73-90, 2016.

- PÉREZ-SOBRINO, P. *et al.* Acting like a hedgehog in times of pandemic: metaphorical creativity in the #reframecovid collection. *Metaphor Symbol*, v. 37, p. 127-139, 2022.
- QSR INTERNATIONAL. *NVivo Qualitative Data Analysis Software*. [S. l.]: QSR International, 2020.
- RADDEN, G.; KÖVECSES, Z. Towards a theory of metonymy. In: PANTHER, K.-U.; RADDEN, G. (ed.). *Metonymy in Language and Thought, Human Cognitive Processing*. Amsterdã: John Benjamins Publishing Company, 1999. p. 17-59.
- RAPPORT, D. J. Ecosystem health: more than a metaphor? *Environmental Values*, v. 4, n. 4, p. 287-309, 1995.
- RITCHIE, L. D. Reclaiming a unified American narrative: lexical, grammatical, and story metaphors in a discussion of polarized identities. *Metaphor and the Social World*, v. 9, p. 242-262, 2019.
- RITCHIE, L. D. Contextual activation of story simulation in metaphor comprehension. In: HAMPE, B. (ed.). *Metaphor*. Cambridge: Cambridge University Press, 2017a. p. 220-238.
- RITCHIE, L. D. *Metaphorical Stories in Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2017b.
- RITCHIE, L. D. “Everybody goes down”: metaphors, stories, and simulations in conversations. *Metaphor Symbol*, v. 25, p. 123-143, 2010.
- RITCHIE, L. D. Metaphors in conversational context: toward a connectivity theory of metaphor interpretation. *Metaphor Symbol*, v. 19, p. 265-287, 2004.
- ROCKETT, M.; PERCIVAL, S. *Thinking for Learning*. Londres: Bloomsbury Publishing, 2002.
- ROMANO, M. Occupying the streets, occupying words. Reframing new feminisms through reappropriation. *Discourse & Society*, v. 33, p. 631-649, 2022.
- ROMANO, M. Creating new discourses for new feminisms: a critical socio-cognitive approach. *Language & Communication*, v. 78, p. 88-99, 2021.
- ROMANO, M. Situated-‘instant’ metaphors: creativity in Spanish 15M slogans. *Metaphor and the Social World*, v. 3, p. 240-259, 2013.
- ROSANE, O. 7.6 Million Join Week of Global Climate Strikes. *EcoWatch*. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://www.ecowatch.com/global-climate-strikes-week-2640790405.html>. Acesso em: 3 fev. 2025.

ROSS, N.; EYLES, J.; COLE, D.; IANNANTUONO, A. The ecosystem health metaphor in science and policy. *Canadian Geographies/Géographies canadiennes*, v. 41, p. 114-127, 1997.

ROUSELL, D.; CUTTER-MACKENZIE-KNOWLES, A. A systematic review of climate change education: giving children and young people a 'voice' and a 'hand' in redressing climate change. *Children's Geographies*, v. 18, n. 2, p. 191-208, 2020.

SEMINO, E.; DEIGNAN, A.; LITTLEMORE, J. Metaphor, genre, and recontextualization. *Metaphor Symbol*, v. 28, n. 1, p. 41-59, 2013.

SLABAKOVA, R.; CABRELLI AMARO, J.; KYUN KANG, S. Regular and novel metonymy: can you curl up with a good agatha christie in your second language? *Applied Linguistics*, v. 37, n. 2, p. 175-197, 2016.

STAMMEN, L.; MEISSNER, M. Social movements' transformative climate change communication: extinction rebellion's activism. *Social Movement Studies*, v. 23, n. 1, p. 1-20, 2022.

SUITNER, C. *et al.* The rise of #climateaction in the time of the FridaysForFuture movement: a semantic network analysis. *Social Networks*, v. 75, p. 170-185, 2022.

TURNER, S.; LITTLEMORE, J. Literal or metaphorical? Conventional or creative?: contested metaphoricity in intense emotional experiences. *Metaphor and the Social World*, v. 13, n. 1, p. 37-58, 2023a.

TURNER, S.; LITTLEMORE, J. *The Many Faces of Creativity: Exploring Synaesthesia through a Metaphorical Lens*, Elements in Cognitive Linguistics. Cambridge: Cambridge University Press, 2023b.

URIOS-APARISI, E. Interaction of multimodal metaphor and metonymy in TV commercials: four case studies. In: MULTIMODAL Metaphor. Berlin: De Gruyter Mouton, 2009. p. 95-117.

WELLS-JOPLING, R.; OATLEY, K. Metonymy and intimacy. *Journal of Literary Theory/Zeitschrift für Literaturtheorie*, v. 6, p. 235-252, 2012.

WINTER, B.; DUFFY, S. E.; LITTLEMORE, J. Power, gender, and individual differences in spatial metaphor: the role of perceptual stereotypes and language statistics. *Metaphor Symbol*, v. 35, n. 3, p. 188-205, 2020.

ZURRU, E. Communicating the urgency of the climate emergency through verbal and non-verbal metaphors. In: BORTOLUZZI, M.; ZURRU, E. (ed.). *Ecological*

Communication and Ecoliteracy: Discourses of Awareness and Action for the Lifescape.
Londres: Bloomsbury Academic, 2024. p. 88-111.

ZURRU, E. Social movements and metaphor: the case of #FridaysForFuture. *In*: PRANDI, M.; ROSSI, M. (ed.). *Researching Metaphors: towards a Comprehensive Account*. Reino Unido: Routledge, 2022.