

# Motivação metonímica em fraseologismos alemães que contêm a palavra *rot*

Carolina Ribeiro Minchin<sup>1</sup>

**Titel:** Metonymische Motivation deutscher Phraseologismen mit der Farbbezeichnung *rot*.

**Title:** Metonymic motivation in German idiomatic expressions with the word *rot*.

**Palavras-chave:** Fraseologia – metáfora – metonímia – cor – vermelha

**Schlüsselwörter:** Phraseologie – Metapher – Metonymie – Farbe – Rot

**Key-words:** Phraseology – metaphor – metonymy – colour – red

## Introdução

A análise empreendida neste trabalho teve como objetivo verificar a existência uma metonímia subjacente a fraseologismos alemães que contêm a palavra *rot* em sua estrutura, a fim de contribuir para a ampliação do conhecimento acerca da importância desse fenômeno para construções fraseológicas do alemão. Para tal, utilizamos conceitos da Linguística Cognitiva e ferramentas da Linguística de *Corpus* para examinar os fraseologismos que compõem o escopo da pesquisa.

## Pressupostos teóricos e metodologia

Burger (2007: 11) define fraseologismo como uma combinação de duas ou mais palavras que, como um lexema, é conhecida pelos falantes de uma língua exatamente nessa combinação (embora possa haver variantes) e cujo sentido não corresponde à soma dos significados de suas partes. De acordo com Burger, o significado fraseológico

---

<sup>1</sup> Bacharela e licenciada em Letras Alemão/Português pela Universidade de São Paulo; E-mail: ca\_minchin92@hotmail.com.

Minchin, C. R. – Motivação metonímica em fraseologismos com *rot*

de uma expressão é figurado “na medida em que este surge através de um processo metafórico.” (Burger, 2007: 99, tradução nossa). É o que parece ocorrer com alguns fraseologismos que contêm denominações de cores em sua estrutura, como *gelb vor Neid* (“amarelo de inveja”), *etwas in schwarzen Farben malen* (“pintar algo em cores negras”), ou *grünes Licht geben* (“dar o sinal verde”), em que algo abstrato (uma emoção ou uma atitude) é representado em termos de algo concreto (uma cor).

Em seu livro *Metaphors we live by* (1980), Lakoff e Johnson definem a metáfora como um fenômeno cognitivo fundamental para a criação de novos significados. Segundo os autores, nesse processo, ocorre a projeção de certos elementos de um domínio conceitual mais concreto (domínio-fonte) a outro, mais abstrato (domínio-alvo), o que facilita a nossa conceptualização do fenômeno metaforizado. Essa projeção entre domínios foi denominada **metáfora conceitual**. A **metonímia**, por outro lado, pode ser compreendida como a proeminência de determinado domínio dentro de um domínio-matriz complexo do nosso conhecimento semântico.

Segundo Langacker (1991 *apud* Ferrari, 2011: 59-61), toda estrutura semântica deve ser compreendida e descrita em relação ao domínio em que se insere. Os domínios podem ser experiências, conceitos ou sistemas conceituais inteiros, geralmente organizados hierarquicamente dentro de um único domínio-matriz. Por exemplo, no caso da metonímia “Estou vendo várias *caras* novas aqui hoje” (Ferrari, 2011: 103, grifo da autora), apenas um subdomínio (CARA) do domínio-matriz [PESSOA] é selecionado pelo falante para representar esse domínio-matriz como um todo e, nesse sentido, passa a ser proeminente em relação a outros subdomínios (como “mãos”, “pés” ou “tronco”, por exemplo), o que caracteriza uma metonímia.

Neste trabalho, limitamo-nos a examinar expressões com a cor vermelha, consideravelmente representativa na Fraseologia alemã, que se encaixassem na metáfora conceitual SENSACÃO É COR, visto que o domínio das sensações parece ser repleto de metáforas (tanto que conhecemos expressões como “estar de cabeça quente”, “estar nas nuvens”, “ficar com a cara no chão” etc.). O pesquisador Kövecses (*apud* Dobrovols’kij, 1997: 172), por sua vez, argumenta que, em expressões como essas, a conceptualização de emoções se dá de forma metonímica, pois os efeitos fisiológicos ou as reações comportamentais de determinada emoção passam a representar essa emoção no plano da cognição.

Minchin, C. R. – Motivação metonímica em fraseologismos com *rot*

Barcelona, um dos principais representantes da Teoria Cognitiva da Metáfora e da Metonímia, corrente teórica da Linguística Cognitiva, examinou algumas metáforas conceituais de emoções e chegou à conclusão que grande parte delas é, na verdade, metonímica. Os exemplos do autor são TRISTEZA É PARA BAIXO e ALEGRIA É PARA CIMA. Segundo Barcelona, o fato de verticalidade e espaço tridimensional serem incluídos nos domínios conceituais da tristeza e da alegria caracteriza expressões como *I'm in low spirits* e *cheer up* como metonímicas, pois uma parte de um domínio (verticalidade e espaço tridimensional) seria selecionada para representar o domínio completo (tristeza ou alegria) no plano da cognição (cf. Barcelona, 2003: 9).

Assim, a fim de verificar até que ponto expressões idiomáticas são motivadas por metonímias, realizamos uma coleta de fraseologismos com *rot* em oito dicionários diferentes e encontramos 88 expressões. Depois, selecionamos oito expressões que se encaixassem na metáfora conceitual SENSACÃO É COR. As expressões escolhidas foram: *rotsehen*, *rot anlaufen*, *mit roten Ohren abziehen*, *einen roten Kopf bekommen*, *(ein) rotes Tuch*, *heute rot, morgen tot*, *rot bis über beide Ohren werden*, *Salz und Brot macht Wangen rot*. Estas foram submetidas à pesquisa de *corpus*, realizada através do programa *Cosmas II*, do Institut für Deutsche Sprache de Mannheim, onde encontramos mais de sete mil ocorrências em textos jornalísticos, que foram então analisadas em seu contexto de uso.

## Análise das ocorrências

Através da pesquisa de *corpus*, foi possível verificar que quatro das expressões idiomáticas, os fraseologismos verbais *rot anlaufen*, *mit roten Ohren abziehen*, *einen roten Kopf bekommen* e *rot bis über beide Ohren werden*, são usados em contextos semelhantes. As quatro expressões implicam a representação de determinada sensação através da cor vermelha. As sensações em questão são, na maioria dos casos, a vergonha e a raiva.

O verbete de *mit roten Ohren abziehen* (literalmente, “ir embora com as orelhas vermelhas”) no Duden 11 (2002, tradução nossa), apresenta a seguinte explicação: “A figuratividade da expressão se refere ao fato de, para algumas pessoas, num estado de excitação – como, por exemplo, no caso da vergonha ou da timidez –, o sangue subir à

Minchin, C. R. – Motivação metonímica em fraseologismos com *rot*

cabeça; elas ficam vermelhas, o que, frequentemente, se torna especialmente visível nas orelhas”.

É possível, assim, pensar na conceptualização dessa expressão como um processo metonímico, na medida em que os domínios VERGONHA ou RAIVA são representados por um elemento pertencente a esses mesmos domínios, a cor vermelha. Ou seja, visto que uma emoção é um elemento de difícil conceptualização, porque não é algo concreto, recorremos a um efeito fisiológico visível dessa emoção para representá-la como um todo. O resultado é uma metonímia do tipo [REAÇÃO PELA CAUSA].

“Wenn unsereins in Rage gerät, dann ballen wir die Fäuste, knirschen mit den Zähnen und laufen rot an“. Nesta ocorrência de *rot anlaufen* (“ficar vermelho”), retirada do jornal *Nürnberger Nachrichten* (4 dez. 2003), fica claro que, similarmente à expressão anterior, o fraseologismo remete a uma alteração emocional intensa, representada pela cor vermelha do sangue subindo à cabeça. O mesmo vale para os fraseologismos *einen roten Kopf bekommen* (“ficar com a cabeça vermelha”) e *rot bis über beide Ohren werden* (“ficar vermelho para além das orelhas”), nos quais também é estabelecida uma relação de contiguidade entre uma forte emoção e a mudança de cor da face ou das orelhas. Novamente, a cor vermelha, consequência de uma alteração no estado emocional, passa a representar a emoção como um todo.

Observa-se, em todos esses casos, que um sintoma fisicamente observável de uma emoção “substitui” a emoção em si no plano da nossa cognição. Isto é, ao invés de o falante dizer que alguém se envergonhou ou se enraiveceu, opta por utilizar uma expressão figurativa, que, embora não nomeie diretamente a emoção, deixa igualmente claro ao interlocutor de que tipo de reação emocional se trata. A vermelhidão é apenas um sintoma, mas, por ser mais concreta, facilita a conceptualização da sensação. A cor e a própria emoção se encontram, assim, dentro do mesmo domínio conceitual, o que configura um processo metonímico.

Curiosamente, nos dois provérbios analisados, *Salz und Brot macht Wangen rot* (“sal e pão tornam bochechas vermelhas”) e *heute rot, morgen tot* (“hoje vermelho, amanhã morto”), a cor vermelha deixa de ter a conotação negativa que assume nos demais fraseologismos, nos quais é geralmente associada a sensações desagradáveis. No caso de *Salz und Brot macht Wangen rot*, o vermelho representa uma sensação de saciedade ou de bem estar por conta de uma alimentação abundante e nutritiva; em

Minchin, C. R. – Motivação metonímica em fraseologismos com *rot*

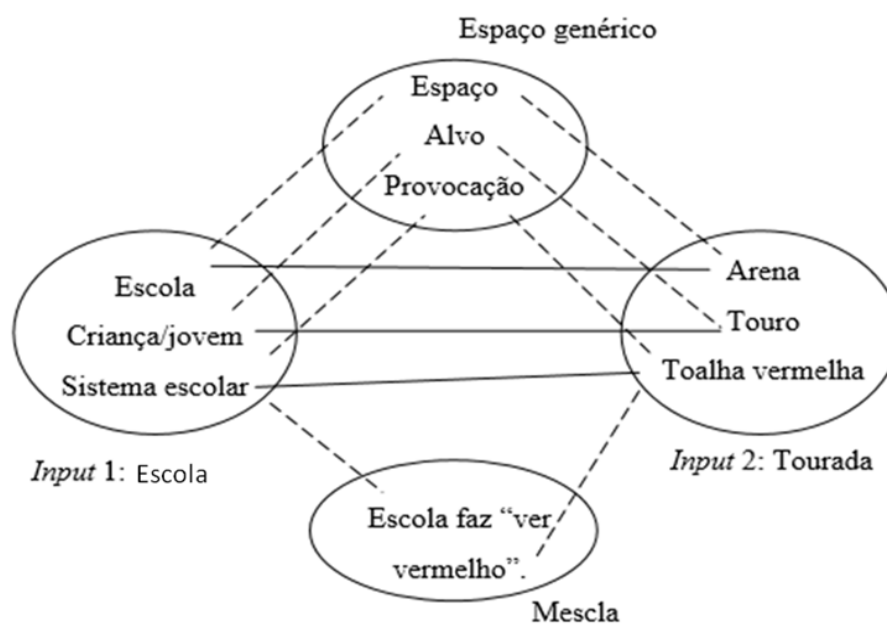
*heute rot, morgen tot*, a vivacidade da cor vermelha, em oposição à palidez de um cadáver, é escolhida para expressar a ideia de saúde e, mais ainda, da própria vida.

No primeiro provérbio, *Salz und Brot macht Wangen rot*, o domínio-alvo SAÚDE é representado pelo domínio-fonte VERMELHO, cor característica das faces de um indivíduo saudável. A vermelhidão das faces é, assim, um sintoma observável de um bom estado de saúde. Novamente, trata-se de um subdomínio (do domínio SAÚDE) que é selecionado para representar o domínio como um todo, ou seja, uma metonímia.

Os verbetes de *heute rot, morgen tot* encontrados nos dicionários examinados mostram que essa expressão também remete à cor avermelhada das faces de uma pessoa saudável. Essa motivação é de caráter metonímico, na medida em que a vermelhidão do rosto é considerada um indício objetivo de boa alimentação, de saúde e, em última instância, de vida. Não à toa, frequentemente associamos as faces coradas à infância, à cor das bochechas de uma criança saudável, que é o símbolo da vida por excelência.

Por fim, *rotsehen* (“ver vermelho”) e *rotes Tuch* (“toalha vermelha”) são fraseologismos que representam a sensação de raiva. O primeiro remete à reação raivosa de um indivíduo, enquanto que o segundo diz respeito ao objeto que desencadeia essa reação. Ambas as expressões têm como pano de fundo a tourada, visto que a cor vermelha faz referência à cor do pano utilizado pelo toureiro para aticar o touro nesse tipo de evento. Uma ocorrência encontrada no *corpus* é, por exemplo, *Kinder sehen rot, wenn sie morgens vor der Schule stehen* (Nürnberger Nachrichten, 23 fev. 1990). Para entendermos melhor o que acontece nesses casos, elaboramos o seguinte esquema de mesclagem conceptual (*blending*), com base em Fauconnier (1994, 1997):

Minchin, C. R. – Motivação metonímica em fraseologismos com *rot*

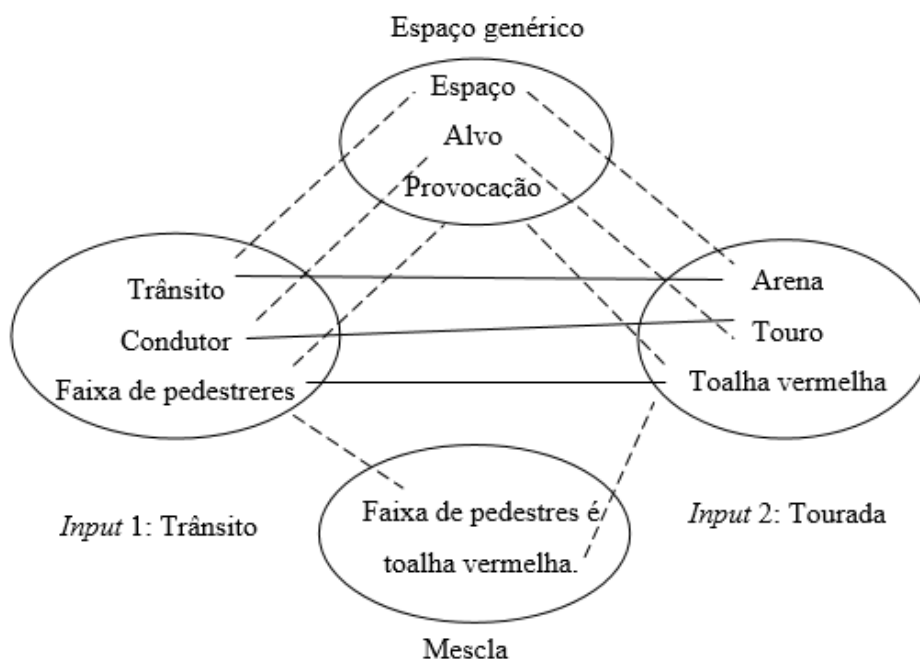


**Figura 1:** Esquema de mesclagem conceitual de *Kinder sehen rot, wenn sie morgens vor der Schule stehen* (“crianças veem vermelho quando se deparam com a escola de manhã”).

Esse modelo demonstra como alguns elementos do domínio-fonte (TOURADA) são “reaproveitados” no domínio-alvo (ESCOLA). Na ocorrência em questão, o vermelho do pano do toureiro é “realocado” para o contexto escolar, pois é estabelecida uma relação de similaridade entre a reação causada pela escola no aluno e a reação da toalha vermelha no touro. Aqui, portanto, parece ter lugar, de fato, um processo metafórico, na medida em que temos dois domínios conceituais bem distintos: a escola e a tourada.

O que acontece com *rotes Tuch* é semelhante. Na ocorrência reproduzida aqui, o autor diz que os motoristas ficam “loucos da vida” quando veem uma faixa de pedestres (ocorrência original retirada de St. Galler Tagblatt, 17 dez. 1998).

Minchin, C. R. – Motivação metonímica em fraseologismos com *rot*



**Figura 2:** Esquema de mesclagem conceptual de *Auf einzelne Lenker scheint ein Zebrastrreifen wie ein rotes Tuch zu wirken* (“faixa de pedestres tem o efeito de toalha vermelha”).

Isso nos leva a imaginar que a faixa de pedestres seja uma toalha vermelha porque provoca em alguns motoristas o mesmo que o pano provoca no touro, como se vê no esquema de mesclagem conceptual. Esses dois elementos pertencem a domínios conceituais separados, o que permite estabelecer entre a faixa e a toalha vermelha uma comparação. Conseqüentemente, temos mais um caso de metaforização.

## Considerações finais

A partir das análises desenvolvidas durante o estudo aqui apresentado, pode-se afirmar que a metonímia é ainda mais representativa que a metáfora na conceptualização de sensações através da cor vermelha, visto que, das oito expressões idiomáticas contempladas no trabalho, seis são motivadas por uma metonímia.

É importante salientar que lidamos com a cor vermelha e, por conta disso, os resultados certamente estão ligados ao fato de seres humanos terem a propriedade fisiológica de fazer circular mais sangue pelo organismo quando há uma alteração emocional, o que pode acarretar a vermelhidão das faces e das orelhas. Assim, as

Minchin, C. R. – Motivação metonímica em fraseologismos com *rot*

chances de encontrarmos metonímias similares em fraseologismos com as cores verde ou azul, por exemplo, são provavelmente menores, pois o corpo humano não é biologicamente capaz de assumir essas tonalidades.

Não obstante, encontramos dois fraseologismos que, segundo nossa interpretação, não são produtos de uma conceptualização metonímica: *rotes Tuch* e *rotsehen*. Essas duas expressões idiomáticas parecem advir, de fato, de uma projeção entre dois domínios conceituais, na qual o domínio-fonte é a tourada. Se alguém “vê vermelho” (*sieht rot*), esse indivíduo está necessariamente se equiparando ao touro no que diz respeito à sua reação raivosa. Isso configura uma metáfora bastante prototípica, pois existe aí uma comparação implícita: a pessoa reage como um touro.

Nossa pretensão com este trabalho não foi esgotar a questão metáfora-metonímia e suas implicações para os processos cognitivos e linguísticos. Para isso, ainda seriam necessárias muitas pesquisas e algumas correções. Em estudos futuros, deve-se encontrar um método mais apropriado para a delimitação do *corpus*, pois, no caso deste trabalho, os dois provérbios analisados não se encaixam na metáfora conceitual SENSACÃO É COR, visto que não são utilizados para representar uma sensação. Apesar disso, esperamos ter evidenciado como a metáfora e a metonímia são de grande importância para nossa linguagem e cognição e que constituem um objeto de estudo ainda pouco explorado, mas com potencial para o desenvolvimento de novas pesquisas.

## Referências bibliográficas

- BARCELONA, Antonio. (Org.). *Metaphor and Metonymy at the Crossroads – A Cognitive Perspective*. Berlim, Nova Iorque: Mouton de Gruyter, 2003.
- BURGER, Harald. *Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlim: Erich Schmidt Verlag, 2007.
- DOBROVOLS'KIJ, Dmitrij. *Idiome im mentalen Lexikon – Ziele und Methoden der kognitivbasierten Phraseologieforschung* (Série „Fokus“; v. 18). Trier: Wissenschaftlicher Verlag Trier, 1997.
- DUDEN 11. *Redewendungen: Wörterbuch der deutschen Idiomatik*. Mannheim: Bibliographisches Institut, F.A. Brockhaus, 2002.



Minchin, C. R. – Motivação metonímica em fraseologismos com *rot*

FAUCONNIER, Gilles. *Mental Spaces*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

\_\_\_\_\_. *Mappings In Thought and Language*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

FERRARI, Lilian. *Introdução à Linguística Cognitiva*. São Paulo: Contexto, 2011.

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.

LANGACKER, Ronald W. *Foundations of cognitive grammar: descriptive applications*. Stanford: Stanford University Press, 1991.