

**METAFORICAMENTE FALANDO: AS EXPRESSÕES
IDIOMÁTICAS NO DISCURSO COTIDIANO**
**HABLANDO METAFORICAMENTE: LAS EXPRESIONES
IDIOMÁTICAS EN EL DISCURSO COTIDIANO**

Maria Luisa Ortiz Alvarez
Universidade de Brasília
marialuisa.ortiz@gmail.com

*A maior grandiosidade é sem dúvida
ser-se mestre na metáfora. É a única
coisa que não pode ser aprendida dos
outros. É a marca do gênio.*

ARISTÓTELES (*Poética*, §22)

Resumo: A metáfora, na perspectiva de Lakoff & Johnson (1980), é o conceito base que organiza a representação da linguagem, mantendo interconexão entre os vários componentes dela e criando uma espécie de teia associativa. Ela pode ser considerada como um recurso, uma maneira de dar mais vida ao que se fala, de chamar a atenção do leitor ou do ouvinte, buscando uma imagem que faça parte do seu repertório e possa ser evocada no momento em que ele precisar compreender seu conteúdo. Nossa proposta visa examinar, numa perspectiva conceptual, a linguagem metafórica utilizada como recurso linguístico que reflete e determina práticas e valores socioculturais em expressões idiomáticas.

Palavras-chave: Metáfora. Expressões idiomáticas. Linguagem metafórica.

Resumen: La metáfora, dentro de la perspectiva de Lakoff & Johnson (1980), es el concepto base que organiza la representación del lenguaje, manteniendo una interconexión entre sus diferentes componentes y creando una especie de tela asociativa entre los mismos. Ella puede ser considerada un recurso, una forma de dar más vida a lo que se habla, de llamar la atención del lector o del oyente, buscando una imagen que forme parte de su repertorio y que pueda ser evocada en el momento en

VOL. 16 - ANO 35 - Nº 1 - 2011

que éste precise comprender su contenido y significado. En este trabajo nos proponemos examinar, a partir de una perspectiva conceptual, el lenguaje metafórico utilizado como recurso Lingüístico, que refleja y determina prácticas y valores socioculturales en las expresiones idiomáticas.

Palabras-clave: Metáfora. Expresiones idiomáticas. Lenguaje metafórica.

Introdução

A criatividade é considerada por Vigotsky (1982) uma qualidade inerente ao ser humano. Tudo o que é criado pelo ser humano diz respeito à sua capacidade de transformar e ser transformado a partir da relação com o real e com as tecnologias da época em que vive. Tudo o que nos rodeia foi criado pela mão do homem, todo o mundo da cultura, à diferença do mundo da natureza, é produto da imaginação e da criação humana, embasado na imaginação. Todos os objetos da vida cotidiana, sem excluir os mais simples e habituais, vêm a ser algo denominado fantasia cristalizada. Toda criação tem sua contraparte psíquica, e este efeito pode ser algo agradável, que traga inspiração para outras pessoas produzirem ou também pode ser algo desagradável e doentio. Do pensamento vygotskyano depreende-se que há um comportamento criativo, e que toda a trajetória existencial do homem como ser criador pertence à categoria dos comportamentos integrativos.

De acordo com Marcuschi (2007a, p. 121), criar é mais do que simplesmente usar a linguagem em situações contextualmente novas. É fazer que a linguagem consiga transmitir aquilo que foi criado à revelia e à margem do instituído. Marcuschi (2007b, p. 130) aponta que as metáforas são “uma força cognitiva ativada por mecanismos impenetráveis, por instrumentos elaborados em função da análise do saber normal”, como realidades intersubjetivamente comunicáveis. Concordando com Vygotsky, Marcuschi sugere que a metáfora seria “anterior à razão e serve de meio para aferir a capacidade criativa natural do homem” (2007b, p. 123).

Assim, como seres dotados de racionalidade, somos capazes de extrair coisas do nosso cotidiano para associarmos metaforicamente ao que queremos transmitir. Isso pode ser constatado na seguinte proposição de Vilela (2002, p. 103):

A metáfora deixou de se situar (ou de se situar exclusivamente) na “emoção” e passou a ser vista na condição cognitiva. Nós fazemos da nossa capacidade de compreensão a “medida” da realidade. O “nosso” mundo não compreende a totalidade do mundo, mas o “mundo” que pintamos com a linguagem e a metáfora mostra a tendência do homem em projetar-se nas coisas em vez de as representar ou descrever. E aqui se insere a explicação cognitiva da metáfora: explicação ligada ao passado e ainda explicação inovadora em relação à tradição.

Dessa forma, a figura (a metáfora) não é mais considerada algo desviante, marginal ou periférico, mas sim um fenômeno central na linguagem e no pensamento, sendo onipresente em todos os tipos de linguagem, na cotidiana e científica, inclusive (LAKOFF & JOHNSON, 1980, p. 21).

Nessa mesma linha, D’Onofrio (2003, p. 103) aponta para o fato de que a metáfora vai se desgastando com o tempo até se tornar uma linguagem comum. O autor argumenta que “a capacidade metafórica da linguagem humana é atestada, diacronicamente, pela existência de inúmeras metáforas de uso, das quais se perdeu o sentido de tropo e que compõem a linguagem comum: *cair em si; pressão de medo*, etc. Ainda no sentido genérico qualquer texto artístico pode ser considerado uma grande metáfora por seu sentido conotativo, por inventar personagens análogas aos seres reais, por atribuir semas humanos a animais ou a entes inanimados, pela ficcionalidade de seu universo do discurso”.

Com isso, coloca-se em questão uma série de dicotomias objetivistas, entre elas a distinção literal e metafórica, pois, segundo Lakoff & Johnson (op. cit.), grande parte dos enunciados da linguagem cotidiana são metafóricos, então o literal ficou limitado àqueles conceitos que não são compreendidos por meio da metáfora conceptual. Portanto, os autores mostram que interpretamos o mundo grandemente através de metáforas, porque muitos conceitos básicos e emoções, como quantidade,

VOL. 16 - ANO 35 - Nº 1 - 2011

estado, amor e vida, são compreendidos metaforicamente. Por outro lado, para que a metáfora possa ser entendida, é necessário que esteja coerente com o contexto social no qual está inserida, caso contrário poderá haver incompatibilidade de entendimento.

As metáforas funcionam como substitutos para termos mais próprios, óbvios ou costumeiros, num dado contexto. Esse "funcionamento" da metáfora repete o mecanismo da semiose em geral. Mais do que um recurso de linguagem, a metáfora se torna uma maneira de conceptualizar as coisas do mundo, vinculada à formação cultural do homem e até à sua constituição biológica e à experiência com o mundo ao seu redor. Lakoff & Johnson (1980) mostram que as metáforas estão presentes de uma forma tão intensa na vida do homem, que é possível identificá-las não só na linguagem como também em certas atitudes e posturas. Estando a metáfora presente em vários fatos do nosso cotidiano, é na linguagem que ela se manifesta de forma mais contundente. Assim, neste artigo será mostrado como esse fenômeno linguístico se vincula a questões de ordem social e de cunho ideológico mais amplo, através de um levantamento e discussão de expressões metafóricas em textos de características jornalísticas das revistas *Época*, *Veja* e *Isto é*.

A metáfora

A etimologia da palavra metáfora provém dos termos gregos *metha*, que significa mudança e *phora* que significa levar ou conduzir, por isso, segundo Trevisan (2000), o sentido literal da palavra que é conduzir à mudança tem a ver com o significado de transferência, translação e transposição. Steen (2006) afirma que, no paradigma cognitivista, a metáfora é abordada como parte de um sistema na dimensão do pensamento e da linguagem. O paradigma cognitivo defende que a atividade de categorizar é um importante processo revelador da forma como o sujeito vê o mundo. De acordo com Lakoff (1990), categorizamos todas as coisas ao nosso redor, todo o tempo, como se categorizar nos tornasse humanos, de tal forma este ato está implicado às experiências que processamos com nosso corpo e mente, interagindo com o ambiente. Lakoff (1990) afirma que categorizamos

VOL. 16 - ANO 35 - Nº 1 - 2011

não só as coisas, mas também as entidades abstratas. O trabalho de Lakoff & Johnson (2002) sobre a metáfora se fundamenta em pesquisas anteriores como as dos filósofos Wittgenstein e Rorty e da psicóloga cognitiva Eleanor Rosch. Destes, foi Rosch, em seu trabalho de 1978, quem primeiramente trouxe uma ruptura à noção clássica de categorias de Aristóteles e recolocou a questão em uma perspectiva mais heterogênea e atrelada a um contexto cultural, mesmo que muitos considerem sua teoria apenas como etiquetagem do mundo. Cada cultura é única e apresenta as suas próprias idiossincrasias, logo cada cultura tende a estruturar suas formas de pensar e agir. Assim, o fator cultural é de grande importância na criação e na manutenção das metáforas que estruturam o pensamento humano.

As metáforas são formas de exprimir ideias que dificilmente seriam expressas literalmente, pois elas podem carregar mensagens imagéticas mais detalhadas e ricas de nossas experiências pessoais, o que facilita uma compreensão, memorização e posterior recuperação. Seu objetivo é criar uma ilusão ao apresentar uma determinada situação sob um aspecto novo. Delegam ao receptor a interpretação da mensagem. Atualmente reconhecemos que a metáfora está na base dos enunciados sobre a linguagem, sendo um mecanismo linguístico indispensável, uma operação cognitiva fundamental, constitutiva da linguagem e do pensamento, presente em todas as ações de comunicação. A sua interpretação exige uma atenção maior, que envolve não só a capacidade de interpretação das pessoas, mas também o desenvolvimento do raciocínio analógico. Elas podem adotar várias formas, dependendo do efeito que se deseja, do conteúdo que se quer transmitir e principalmente do interlocutor a que se destinam.

Marcuschi (2007b) ainda aponta para o caráter de indeterminação da linguagem como uma das formas de sedução do ouvinte e do leitor, sendo a metáfora uma das formas de efetuar dessa sedução. As posições do linguista brasileiro já se inscrevem numa perspectiva que considera a metáfora como um fenômeno cognitivo. Com efeito, para ele, a metáfora não se restringe a um fenômeno linguístico:

... a metáfora não é apenas um simples recurso Linguístico catalogado entre os *tropos* ou figuras de linguagem, mas um *modo específico de*

conhecer o mundo, que, ao lado do conhecimento lógico-racional, tem sua razão de ser e instaura uma série de valores de outra maneira perdidos ou não encontrados. Assim, tentamos mostrar que a metáfora é essencialmente mais do que uma simples *transferência de significado* baseada em certos artifícios semanticamente explicáveis e, muito mais do que uma simples *comparação abreviada*. Na verdade, ela pode ser tida como ponto de apoio para uma análise de capacidade criativa espontânea do indivíduo, sendo então, apenas do ponto de vista *operacional*, uma transposição de significado, mas, do ponto de vista genético e psicológico, ela seria a criação de novos universos de conhecimento. Criaria, pois, uma realidade nova. (p. 121, grifo do autor.)

Para Lakoff (1990), a maioria de nossas palavras e conceitos designa categorias. O ato de categorizar não seria um processo a ser estudado superficialmente, posto que não teria nada mais básico do que a categorização para o nosso pensamento, percepção, ação e discurso. Toda vez que nós, enquanto seres humanos experienciamos algo, nós categorizamos, assegura Lakoff. Concordando com Lakoff (op. cit.), podemos dizer que a atividade de categorizar faz parte de nossa vida desde que nascemos. Olhamos, observamos e aprendemos com nossas experiências cotidianas e buscamos, nas estruturas do mundo exterior, semelhanças para que nosso cérebro as reconheça toda vez que essas experiências se repetirem.

Nós usamos as metáforas não somente para compreender as nossas próprias emoções, como também tentamos encaixar as emoções e o comportamento das outras pessoas na nossa própria maneira metafórica de enxergar o mundo. O que nós achamos que elas devem fazer e os conselhos que damos, irão se originar, em grande parte, das nossas próprias metáforas. A seguir, falaremos das metáforas no cotidiano.

As metáforas no cotidiano

As metáforas estão presentes no nosso dia a dia e são reveladoras. De acordo com a proposta de Lakoff e Johnson (1980), “os conceitos que governam nosso pensamento não são meras questões de intelecto. Eles governam também a nossa atividade cotidiana até nos detalhes mais triviais. Eles estruturam o que percebemos, a maneira como nos

VOL. 16 - ANO 35 - Nº 1 - 2011

comportamos no mundo e o modo como nos relacionamos com outras pessoas. Tal sistema conceptual desempenha, portanto, um papel central na definição de nossa realidade cotidiana. Se estivermos certos, ao sugerir que esse sistema conceptual é em grande parte metafórico, então o modo como pensamos o que experienciamos e o que fazemos todos os dias é uma questão de metáfora” (p.46).

Lakoff e Johnson descobriram que a metáfora está infiltrada em nossa vida como uma espécie de agente inteligente coerente, sistemático e de ação parcial. Segundo os autores, “*nosso sistema conceptual ordinário é fundamentalmente metafórico por natureza*” (p. 45). A metáfora é, pois, uma operação cognitiva fundamental que consiste em “*compreender e experienciar uma coisa em termos de outra*” (p.48).

Para Coracini (1991), os conceitos metafóricos estão de tal modo arraigados à nossa cultura que estruturam as nossas atividades diárias e científicas de forma imperceptível e inconsciente, são, aliás, constitutivos da forma de pensar e agir.

De acordo com Kövecses (2002), a “metáfora faz parte dos modos de pensar e falar do ser humano, ela evoca conhecimento cultural”. Na perspectiva cognitiva da metáfora, ela não é um fenômeno exclusivamente linguístico, mais do que isso, ela pertence à língua, ao pensamento, às práticas culturais e sociais, ao cérebro e ao corpo, sendo o pensamento o principal lugar onde ela é motivada.

Para despertar o interesse de um público peculiar, por exemplo, a mídia utiliza expressões características desse grupo, o que dá a sensação de proximidade e cumplicidade do leitor para com o autor do texto. A cada enfoque diferenciado, os jornalistas criam uma linguagem própria, o que dá dinamicidade aos textos publicados pelos meios de massa. A criação desses discursos, considerados práticas sociais, leva em conta o contexto social, histórico, político e ideológico das produções midiáticas. A essa superposição do cotidiano por metáforas impõe-se uma interpretação conotativa dos fatos, produzindo em cada telespectador, leitor ou ouvinte uma espécie de efeito real.

Steen (2008) afirma que em situações de comunicação a metáfora pode cumprir várias funções, como por exemplo, ser persuasiva na propaganda, na política e na ciência; ser instrutiva na educação; informativa em notícias e também na ciência e, assim, por diante. Assim,

o autor sugere que o estudo da metáfora seja feito dentro de uma estrutura tridimensional, onde ocorra a interação entre linguagem, pensamento e comunicação. Steen (2008, p. 217) explica que “quando a metáfora é estudada como parte da linguagem cotidiana ou como evento do discurso, ela não manifesta somente uma forma lingüística e uma estrutura conceptual, mas também uma função comunicativa”.

Para compreendermos melhor, pensemos em efeitos prototípicos comuns no nosso dia-a-dia. Um bom exemplo é dado por Lakoff (1987) quando nos ensina que a palavra mãe pode ter três acepções, dependendo do contexto. Há vários modos de ver a figura materna: o modelo genético de mãe que gerou a criança, a mãe doadora de leite, a mãe esposa, a mãe adotiva, etc. Recorrendo ao dicionário Aurélio, podemos perceber que a palavra mãe é vista preferencialmente pelo modelo genético, tendo em vista que é “*mulher ou fêmea que deu à luz um ou mais filhos*” e que é “*fonte, origem*”. (FERREIRA, 2004, p. 528). Já na frase de Lakoff (1987, p. 76) “*necessidade é a mãe da invenção*”, podemos ratificar que o termo “mãe” está sendo usado no sentido de fonte de estímulo (domínio-alvo).

Os meios de comunicação massiva (jornais, telejornais, revistas, dentre outros) fazem um amplo uso de expressões metafóricas, às vezes alusivas a uma certa imagem que reflete a figura de linguagem empregada, sobretudo, na área da política onde pode até parodiá-las. Nelson (1990, pp. 17-24) salienta que, na linguagem jornalística, a escolha da fonte metafórica reflete valores sociais e tende a variar com as modificações das realidades sociológicas.

Outro aspecto a considerar é o uso de metáforas cujos tipos se encontram completamente gramaticalizados, transformando-se em expressões idiomáticas: “perder o bonde”, “encher lingüiça” (CHIERCHIA, 2003, p. 261). Seu significado literal apresenta alguma semelhança estrutural com o significado idiomático, mas eles já estão registrados no léxico com esse último significado. A situação muda para usos figurados essencialmente novos, porém tem-se a percepção de que para entender-se um uso figurado ainda não encontrado deve-se considerar o significado literal da expressão figurada: o segundo significado se relaciona ao primeiro.

A metáfora, no caso das expressões idiomáticas (doravante EIs), é um processo que se instaura numa transferência do significado semântico abstrato (o significado idiomático) para um modelo concretamente representável na realidade. A EI *estar com um pé na cova*, por exemplo, tem um sentido literal, um sentido idiomático que pode ser representável na realidade através de uma paráfrase como “morrer”. Portanto, na formação da idiomaticidade, para além de se dar o fenómeno da fixação, da lexicalização e conseqüente desmotivação, dá-se também um processo cognitivo que consiste em fazer analogias entre os constituintes da EI assente em pressupostos já conceptualizados, de forma a desconstruir a metáfora. Este processo transporta a leitura da metáfora para o real e o concreto, transporta uma leitura, e não um significado literal, representação do mundo real. Assim, morrer, paráfrase da EI *estar com um pé na cova* é a leitura da metáfora transposta para a realidade.

Deste modo, perceber as EIs implica perceber as metáforas que lhe estão adjacentes, sendo que estas metáforas estão na origem da leitura imagética que lhes dá sentido. Este sentido que lhes atribuímos não se encontra na soma dos sentidos das palavras que as constroem, mas no sentido uno transposto do sentido metafórico.

Percebemos que a presença da metáfora pode ser utilizada como recurso para atrair a atenção do leitor para uma determinada reportagem e tentar persuadi-lo a adotar determinada posição política defendida pelo jornal em questão.

Uma metáfora que chamou bastante a atenção da mídia dos discursos do presidente Lula foi a do esporte, que se manifestava pela expressão “vestir a camisa”, conforme ilustra o exemplo a seguir:

Os governos, sozinhos, podem pouco. A integração sul-americana e o fortalecimento do Mercosul devem ser também objetivos dos empresários, dos trabalhadores e de toda a sociedade. Quero convidar as empresas a **vestirem a camisa** da integração. É preciso que nos unamos para buscar parceiros, integrar cadeias produtivas, fazer prospecção conjunta de mercados. (Pronunciamento no hotel Sheraton, Buenos Aires, Argentina, 16 de outubro de 2003)

Lula compara integrar o Cone Sul economicamente com jogar em uma mesma equipe (de futebol, provavelmente). O presidente usa a necessidade de jogar em equipe para apregoar a integração de países da América do Sul. Essa metáfora do jogo em equipe tem um significado todo especial no contexto dos países envolvidos, que são tradicionais rivais no futebol.

“Uma metáfora conceptual é uma maneira convencional de conceitualizar um domínio de experiência em termos de outro, normalmente de modo inconsciente” (LAKOFF, 2002, p. 4). No exemplo da metáfora do jogo em equipe, temos FAZER INTEGRAÇÃO ECONÔMICA É JOGAR EM CONJUNTO EM UMA MESMA EQUIPE. Uma metáfora conceitual é assim chamada porque expressa um conceito. No caso acima a metáfora fornece um conceito metafórico de integração econômica.

Assim, as metáforas conceituais são construtos (representações) mentais dos conceitos, residem na mente dos indivíduos e são compartilhadas por pessoas de uma mesma cultura. Segundo Sardinha (2008, p. 98), as metáforas conceituais circulam verbalmente por meio de metáforas linguísticas ou expressões metafóricas, que são o correlato verbal das metáforas conceituais. Como exemplo de metáforas linguísticas referentes à metáfora da integração, podemos citar: “vestir a camisa” e “jogar unidos” dentre outras. Os conceitos representados pelas metáforas conceituais são chamados de metafóricos porque unem dois domínios diversos, um é de uma área de conhecimento ou de experiência humana, como, por exemplo, a “integração econômica”, com “jogo de equipe”. Esses pares não têm relação entre si, ou seja, formar um bloco econômico é uma ação governamental entre territórios geograficamente limitados (países), ao passo que praticar esporte coletivo é fazer atividade física em grupos divididos em equipes segundo regras previamente estabelecidas. As duas entidades existem dentro da sociedade, podemos nos referir a uma sem alusão à outra (blocos econômicos, esporte). Há dois tipos de domínio, o domínio-fonte, aquele a partir do qual conceitualizamos alguma coisa metaforicamente e o domínio-alvo, aquele que desejamos conceitualizar. Neste caso, o domínio-fonte seria praticar esporte, e o domínio-alvo, integração econômica.

Os desdobramentos que podemos fazer de uma metáfora conceitual são inferências que fazemos a partir dos mapeamentos. Esses mapeamentos são exemplos de influência de valores culturais na formação de conceitos. Assim, os mapeamentos centrais desempenham as seguintes funções: na função conceitual, favorecem o surgimento de outros mapeamentos; culturalmente, refletem os principais conceitos humanos relacionados ao domínio-fonte em questão; motivacionalmente, são motivados na maioria das vezes por aspectos experienciais, sejam eles físicos ou culturais; linguisticamente, fazem surgir expressões metafóricas. À maneira de ilustração, temos, no caso do jogo em equipe, que a equipe é o bloco econômico; os jogadores da mesma equipe são os países do bloco; os jogadores da equipe adversária são os países fora do bloco; a camisa da equipe é a cooperação entre os países de bloco; a partida é o comércio exterior; a bola são os valores ou produtos; o juiz é a Organização Mundial do Comércio. O técnico da equipe deve ser um representante do governo de um dos países do bloco.

A base cultural da metáfora consiste em sua função interpretativa, vendo certas partes do corpo ou aspectos da experiência corporal como salientes e significativos na compreensão de conceitos abstratos. Em outras palavras, “a cultura possui um papel crucial na ligação de experiências corporificadas com as experiências subjetivas para o mapeamento metafórico” (YU, 2008, p. 257). Nesse contexto, os modelos culturais possuem um importante papel, sendo eles os responsáveis por conduzir certos elementos do domínio-fonte para serem mapeados sobre o domínio-alvo, selecionando quais aspectos da experiência corporificada são vistos como particularmente salientes e significativos.

Com relação ao domínio-fonte e domínio-alvo, Kövecses (2002) afirma que cada domínio-fonte é designado a cumprir uma missão específica na caracterização de vários domínios-alvo, ou seja, cada domínio-fonte é associado com um significado particular que é mapeado em direção a um domínio-alvo. Esse significado é convencionalmente fixado e aceito dentro do discurso de determinada comunidade linguística. O domínio-alvo recebe o significado principal do domínio-fonte.

Por exemplo: Metáfora conceitual: **uma situação é fogo**

VOL. 16 - ANO 35 - Nº 1 - 2011

FONTE ALVO

A coisa está queimando	a entidade envolvida na situação
O fogo	a situação (ação, evento, estado)
O calor do fogo	a intensidade da situação
A causa do fogo	a causa da situação
A sua batata está assando - pôr a mão no fogo	

De acordo com o Kövecses (op. cit), dentro da teoria da metáfora conceptual é possível sintetizar os principais domínios-fonte e os principais domínios-alvo.

Entre os principais domínios-fonte encontram-se:

Calor e frio – Ex: um acolhimento caloroso; uma recepção fria (p.19).

Luz e escuridão: Ex: uma nuvem de suspeita; sua presença me ilumina (p.19).

Dinheiro e transações econômicas. Ex: Ela investiu muito no relacionamento; Eu tentei economizar um pouco de energia (p.18).

Prédios e construções – Ex: Ela construiu um argumento coerente. Ela está financeiramente em ruínas (p.17).

Plantas – Ex: O fruto de seu trabalho; Ele cultivou sua amizade com ela (p.17) .

Animais – Os seres humanos são frequentemente compreendidos em termos das propriedades dos animais. Ex: Ela é a maior cobra da escola. Ele é o maior cobra da escola.

O corpo humano – Ex: Ele é o cabeça do departamento (p.16) .

Máquinas – Ex: A máquina da democracia.

Com relação aos domínios-alvo, que são mais abstratos, alguns deles são:

Emoção: Ex: Ela estava cheia de alegria – geralmente a emoções são compreendidas via metáfora de força. (p.21)

Religião: Deus é contextualizado como pessoa. Ex: Deus é pai. O Senhor é o Rei; Ele é o Bom Pastor. **Política:** Ex: Ele forçou a oposição a agir daquela maneira; Várias brigas giram em torno do aborto.

Kövecses (2002, p. 30) afirma que as metáforas conceituais podem ser classificadas de acordo com a sua convencionalidade, sua

função, sua natureza e nível de generalidade. A convencionalidade está relacionada ao uso dentro de determinada comunidade linguística, ou seja, quanto mais estabelecida for uma determinada metáfora em uma comunidade, mais convencional ela é:

Exemplos:

ARGUMENTO É GUERRA: Eu defendi meu ponto de vista.

IDEIAS SÃO COMIDAS: Eu não consigo digerir todos esses fatos.

AMOR É UMA JORNADA: Cada um de nós deve seguir seu caminho.

Entretanto, a categorização acontece porque nossa razão é corporificada, isto é, nosso corpo experimenta, adquire experiências com o que acontece, com o que é real, e nessa relação articulada entre corpo-realidade-experiência-ambiente, todo nosso aparato sensorio motor elabora suas categorias.

Entende-se, então, como metáforas linguísticas, aquelas que constituem manifestações verbais de metáforas conceptuais, demonstrando que um mesmo conceito metafórico pode ser expresso por meio de diferentes enunciados linguísticos, a exemplo de: *A vida é uma guerra*, a partir dessa metáfora conceptual existem outras que fazem parte desse campo: *Hoje, venci a 1ª batalha, fui classificada; Acertei no alvo; Na vida nem sempre se ganha uma luta*, entre outras expressões linguísticas. Sob o suporte dessa teoria, as expressões metafóricas são sistematicamente ligadas a conceitos metafóricos, como já foi dito anteriormente, sendo possível então o uso de expressões metafóricas como trilha para chegarmos à natureza metafórica de nossas atividades.

A campanha eleitoral, só para citar outro exemplo, em muitos países, incluindo o Brasil é encarada como uma grande guerra, composta por várias grandes e pequenas batalhas, sendo que a vitória final depende das vitórias sucessivas e contínuas nessas batalhas. Com relação às eleições, a revista *Época*, em edição de 16 de setembro de 2002, sob o título de capa “Na reta final”, explora esse mesmo tipo de metáfora. Tal conceitualização emerge de uma postura vigente no meio social, através da qual se tem a clara noção de que para se ganhar uma eleição, é preciso ter uma estratégia específica, como acontece numa verdadeira guerra. A imagem sobre as eleições que é passada para o leitor é a mesma que

VOL. 16 - ANO 35 - Nº 1 - 2011

acontece numa importante disputa esportiva: à medida que se vão aproximando os resultados finais, cresce a expectativa e o risco de que o campo de esporte se torne um campo de batalha. Pode-se notar também essa progressão temática em diversos jornais de circulação nacional da época. Decorre das próprias características da nossa organização social o fato de se conceptualizarem as eleições como uma corrida ou como uma guerra, uma vez que no próprio meio social as ações e as posturas políticas se dão realmente nesses termos.

Exemplos:

“O cenário político, na opinião de Lula, também não poderia ser melhor: **as forças que derrotaram** a então prefeita Marta Suplicy, em 2000, estão divididas. Com a recusa de José Serra em concorrer, os tucanos ainda não acharam um nome para a **disputa**”. (Revista *Isto é* de 15 de fevereiro de 2012)

“Gente próxima ao ex-governador José Serra garante que ele está prestes a rever a decisão de não concorrer à prefeitura. Um dos fatores que o animam é o engajamento do ex-presidente Lula na candidatura do ex-ministro Fernando Haddad. Serra acredita que se derrotar o afilhado de Lula **ganhará terreno na disputa** interna contra Aécio Neves pela indicação à **corrida presidencial** de 2014. (Revista *Isto é* de 15 de fevereiro de 2012)

“O Lula tentou de todas as formas convencer o PMDB e o Chalita a estar conosco ainda no primeiro turno”, disse um dos principais confidentes de Lula. “Desde o início de fevereiro, no entanto, **partiu para outra**. Para convencer os resistentes petistas a uma parceria eleitoral com o PSD de Kassab, Lula tem **uma carta na manga**. (Revista *Isto é* de 15 de fevereiro de 2012)

“Na virada do ano, Vaccarezza **ardeu sob o fogo amigo**, com a divulgação do boato de que ele perderia o cargo do líder do governo para Paulo Teixeira, que apoiou Maia quando da **disputa pela presidência** da Câmara. (Revista *Veja* de 22 de fevereiro de 2012)

As pessoas envolvidas nas eleições se revestem das características de militares em combate, as tomadas de decisão de cunho eleitoral são tratadas como estratégias bélicas e o próprio vocabulário na reportagem é moldado segundo essa conceptualização. Quando estamos numa discussão, por exemplo, atacamos ou defendemos alguém com afirmações que supostamente esperamos serem indefensáveis. Isso é

VOL. 16 - ANO 35 - Nº 1 - 2011

muito comum na época eleitoral, tendo em vista que o léxico relacionado à guerra aparece com mais facilidade, transparecendo as reações dos candidatos diante do ato de ganhar ou perder uma discussão num debate político.

O filósofo da linguagem Fritz Mauthner (1923) observa que o falar metafórico é a origem de qualquer desenvolvimento da língua. A aplicação de uma expressão idiomática que já tem uma função explicativa a uma outra área de experiência facilita a familiarização de um comportamento através da transmissão de uma rede de relações e disposições já conhecidas.

Devido à capacidade de acesso à dimensão simbólica, o discurso e as metáforas nele manifestadas levam o pesquisador à compreensão de construções sociais referentes às racionalizações, às representações, às normas e aos valores. Tais elementos conformam e legitimam determinadas formas de pensar e de interagir com a realidade, o que Berger e Luckmann (2004) identificam como a construção de determinadas visões de mundo.

Levinson (2007) afirma que incluir a metáfora na dimensão pragmática não significa deixá-la isolada ou diminuir seu valor, mas ao contrário, propor uma interpretação metafórica mais eficaz, onde tanto os componentes semânticos quanto os pragmáticos são considerados. Segundo o autor (op. cit. p.194), “uma abordagem pragmática terá como base o pressuposto de que o conteúdo metafórico dos enunciados não deriva de princípios de interpretação semântica; ao contrário, a semântica oferecerá apenas uma caracterização do significado literal ou conteúdo convencional das expressões envolvidas”, cabendo à pragmática fornecer a interpretação metafórica, tendo como base o contexto de determinada expressão metafórica. Para ele, uma teoria da metáfora envolverá certamente, além da inferência pragmática, essa capacidade cognitiva de raciocinar analogicamente, na estrutura e no uso da língua.

À guisa de conclusão

Como podemos observar na nossa análise, a metáfora está mais do que incorporada a nosso meio, no trabalho, na rua, no cotidiano de uma forma mais generalizada.

Nós sabemos intuitivamente que no dia a dia, as coisas e os comportamentos (a faca, o murro, os ombros, o mundo, uma luz e o túnel) estão sendo usados para representar outras experiências: a falta de progresso, a excessiva responsabilidade, e achar que ainda pode haver esperança. As metáforas evocam abundantes imagens e a percepção do sentido do que está sendo descrito. Elas podem expressar, com muita nitidez, uma única ideia ou uma experiência de vida.

Quando falamos sobre nossos problemas, nossas emoções, nossos desejos, nossos relacionamentos – aquelas coisas mais importantes para nós – é ainda mais provável que façamos uso da metáfora para nos ajudar a descrever a profundidade e a complexidade da nossa experiência.

As metáforas também são expressas não verbalmente por gestos, sons, objetos e imagens. Em outras palavras, tudo o que a pessoa diz, vê, ouve, sente ou imagina tem potencial para ser uma metáfora que representa outra experiência. Lakoff e Johnson (op. cit.) declaram: “Em todos os aspectos da vida... nós definimos a nossa realidade em termos de metáforas e depois prosseguimos para agir na base da metáfora. Nós tiramos conclusões, definimos metas, fazemos compromissos e executamos os planos, tudo baseado em como nós estruturamos, em parte, a nossa experiência, consciente e inconscientemente, por meio da metáfora”.

Desta forma, a nossa linguagem é recheada com metáforas. Elas guardam informações valiosas e têm a capacidade inata de carregá-las do comum para o extraordinário. Elas são o veículo para expressar a inveja, o orgulho, a imprudência, a saúde, o cuidado com as próprias coisas, a espiritualidade, o amor, os perigos, as paixões, o sofrimento, a luta, a vitória, o fracasso etc. Nós também pensamos, raciocinamos, tomamos decisões e baseamos nossas ações nestas metáforas. Desse modo, elas determinam como vivemos a nossa vida, e que tipo de vida nós vivemos. As metáforas podem criar realidades para nós, especialmente realidades sociais. Uma metáfora pode assim ser um guia para ações futuras. Essas ações, é claro, irão adequar-se à metáfora. Isso, por sua vez, reforçará o poder da metáfora de tornar a experiência coerente. Existem, pois, um conjunto de metáforas que estrutura a nossa atividade cotidiana, a nossa maneira de pensar, de ver, de agir, isto é, todas as relações (interiores e

exteriores ao próprio sujeito) que o indivíduo estabelece com o fundamento social.

Bibliografia

- ABRANTES, A. M. Da vida e outras viagens: a relevância das metáforas conceptuais na abordagem de uma língua estrangeira. In: **Máthesis**, n.10, pp. 319 – 332, 2001.
- BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2004.
- CHIERCHIA, G. **Semântica**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP; Londrina, PR: EDUEL, 2003.
- CROFT, W. & CRUSE, D. A. **Cognitive Linguistics**. Cambridge: CUP, 2004.
- CORACINI, M. J. **Um fazer persuasivo: o discurso subjetivo da ciência**. São Paulo: Pontes, 1991.
- D'ONOFRIO S. **Teoria do Texto 2**. 1ª Edição. São Paulo: Ática, 2003.
- FERREIRA, A. B. de H. **Miniaurélio: o minidicionário da língua portuguesa**. 6ª ed. Curitiba: Positivo, 2004.
- ISTO É**. Ano 36. nº 2205, fevereiro de 2012.
- JOHNSON, M. **The body in the mind: the bodily basis of meaning, imagination, and reason**. Estados Unidos: Universidad de Chicago, 1987.
- KÖVECSES, Z. **Metaphor**. New York: Oxford, 2002.
- _____. **Metaphor in culture**. New York: Cambridge, 2007.
- LAKOFF, G & JOHNSON, M. **Metaphors we live by**. Chicago: Chicago. University Press, 1980. Edição brasileira: **Metáforas da vida cotidiana**. Tradução de M. S. Zanotto e V. Maluf. São Paulo: EDUC, 2002.
- LAKOFF, G. & JOHNSON, M. **Metáforas da Vida Cotidiana**. São Paulo: Mercado de Letras, 2002.
- LAKOFF, G. & TURNER, M. **More than cool reason: field guide to poetic metaphor**. Chicago: University of Chicago Press, 1989.
- LAKOFF, G. **The Contemporary Theory of Metaphor**. Disponível em: <<http://terpconnect.umd.edu/~israel/lakoff-ConTheorMetaphor.pdf>>. Acesso em 07 de maio de 2009.

- _____. **Women, Fire, and Dangerous Things.** *What Categories Reveal about the Mind.* Chicago, The University of Chicago Press, 1990.
- _____. **Women, fire and dangerous things:** what categories reveal about the mind. Estados Unidos: Universidad de Chicago, 1987.
- LEVINSON, S. **Pragmática.** São Paulo: Martins Fontes, 2007. A primeira edição em inglês é de 1983.
- MARCUSCHI, L. A. **Cognição, Linguagem e práticas interacionais.** Rio de Janeiro: Lucerna, 2007a.
- _____. **Fenômenos da Linguagem:** reflexões semânticas e discursivas. Rio de Janeiro: Lucerna. 2007b.
- MAUTHNER, F. **Beiträge zu einer Kritik der Sprache. 1. Band. Zur Sprache und zur Psychologie.** Leipzig, Felix Meiner Verlag 1923.
- SARDINHA, T.B. **Metáfora.** São Paulo: Parábola, 2008.
- _____. Metaphor probabilities in corpora. In: ZANOTTO, M. S.; CAMERON, L.; CAVALCANTI, M. (Eds.). **Confronting Metaphor in Use: An Applied Linguistic Approach.** Amsterdam/Atlanta, GA: Benjamins, 2008, pp.127-148.
- _____. Metáforas de Lula e Alckmin nos debates de 2006 em uma perspectiva da Linguística de Corpus. In: **Revista Brasileira de Linguística Aplicada.** v. 7. n.2, p. 139-164. UFMG, 2007a.
- _____. Lula e a metáfora da conquista. In: **Linguagem em (Dis)curso.** v. 8. n.1, pp.93-120. Universidade do Sul, 2007b.
- SPERANDIO, N. E. **O Modelo Cognitivo Idealizado no Processamento Metafórico.** 2010. Dissertação de Mestrado. São João Del-Rei: Universidade Federal de São João Del-Rei, 2010.
- STEEN, G. Metaphor in Applied Linguistics: four cognitive approaches. In: **DELTA,** v. 22, n. esp., pp. 21-44, 2006.
- _____. The paradox of metaphor: why we need a three-dimensional model of metaphor. In: **Metaphor and Symbol,** v. 23 (4), pp. 213-241, 2008.
- TREVISAN, A. **A poesia:** uma iniciação à leitura poética. Porto Alegre. Uniprom, 2000.
- VEJA.** Ano 41, Ed. 2048, nº 7, 20 fev. 2008.
- Veja.** Ano 45 No. 8 22 de fev; de 2012
- VYGOTSKY, L. S. **El arte y la imaginación en la infancia.** Madrid: Akal, 1982.

- _____. **Teoria e método em psicologia**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- VILELA, M. **Metáforas do nosso tempo**. Coimbra: Almedina, 2002.
- _____. A metáfora na instauração da linguagem: teoria e aplicação. In: **Revista da Faculdade de Letras – Línguas e Literaturas**. Porto, XIII, 1996, pp. 31–336.
- YU, N. Metaphor from body and culture. In: GIBBS, R. (ed). **The Cambridge Handbook of Metaphor and thought**. Oxford University Press, 2008. pp. 247-261.

VOL. 16 - ANO 35 - Nº 1 - 2011

164