

**ABASTECER, BOMBAR, CONSTRUIR E AUMENTAR: AS METÁFORAS DO FITNESS****FUEL, PUMP, BUILD AND GROW: FITNESS METAPHORS**Larissa de P. Cavalcanti<sup>39</sup>

**RESUMO:** Metáforas já foram vistas como um recurso da imaginação poética ou floreio retórico, ligada às palavras, não ao pensamento ou à ação. Lakoff e Johnson (1980) partem da noção oposta, isto é, propõem que nosso sistema conceitual é fundamentalmente metafórico. Metáforas conceituais relacionam domínios cognitivos diferentes, projetando a estrutura de um domínio-fonte a um domínio-alvo, e podem ser orientacionais, ontológicas ou estruturais. Encontradas frequentemente nas práticas discursivas sob a forma das expressões metafóricas, as metáforas conceituais são naturalizadas na linguagem de modo a serem processadas sem que percebamos. De outro modo, observamos o crescimento da preocupação com a boa forma e com a alimentação saudável (FERRO, 2014). De acordo com o Ministério da Saúde (2014), nos últimos cinco anos, houve um crescimento de 12,6% na população brasileira, acima de 18 anos, que relata praticar atividade física regularmente. Esse crescimento está diretamente associado ao aumento de frequência às academias, de cirurgias plásticas e dos índices de consumo dos produtos cosméticos, bem como à proliferação de publicações, impressas e virtuais, com dicas de treino, alimentação, suplementação e afins. Nesse contexto, podemos notar construções como “treinar é construir”, ou “treinar é uma jornada”, metáforas que relacionam diferentes domínios ao domínio do exercício (PHILLIPS; MCQUARRIE, 2006). Assim, nossa pesquisa analisou em duas edições aleatórias de publicações impressas voltadas para a boa forma, os casos de metáforas conceituais. Foi possível constatar que as metáforas para conceptualizar o domínio do treino e da suplementação não se repetem em publicações sobre educação alimentar. A metáfora "perder é ganhar" está na base do sistema metafórico e permite o mapeamento de perda de gordura é ganhar resultados. As metáforas encontradas difundem ideais físicos de volume muscular, pouca gordura e controle do próprio corpo, ocultando danos e prejuízos à saúde.

**PALAVRAS-CHAVE:** *fitness*. metáforas conceituais. saúde;

**ABSTRACT:** Metaphor have been taken as resource of poetic imagination or rhetoric flourish, connected to words, no to thoughts or actions. Lakoff and Johnson (1980) decided to take the opposite route, that is, they proposed our conceptual system is fundamentally metaphorical. Conceptual metaphors relate different cognitive domains, projecting structures from a source-domain to a target-domain, and can be divided into orientational, ontological and structural. Frequently found in speech under the form of metaphorical expressions, conceptual metaphors are naturalized by language and processed by our mind without us being aware of such. On a different perspective, there has been an increase in worry regarding good shape, health and feeding habits in Brazil (FERRO, 2014). According to the Ministério da Saúde (2014), in the past five years there was an increase of 12,6% of the population above 18 years of age that exercise regularly. Such change is directly associated to the increase in gym registering, plastic surgery and index of consumption for beauty products, as well as the spreading of advertisements in printed and digital form with work out tips, dieting, supplementation and the similar. In this particular context, expressions such as “training is building” or “training is a journey” are metaphors that link different domains to the domain of exercise (PHILLIPS; MCQUARRIE, 2006). Our research analyzed on two editions of random publications on fitness examples of conceptual metaphors. It was possible to verify that metaphors that conceptualize the domain of exercise and supplementing is not repeated in texts on healthy eating. Metaphor "losing is winning" is on the base of the metaphorical system and allows the mapping of fat loss is gaining results. Metaphors promote ideals of muscular volume, low body fat and physical control, hiding injuries and damage to one's health.

**KEYWORDS:** conceptual metaphors. *fitness*. health.

## 1 Apresentação

Metáforas são naturalmente definidas como o uso de uma palavra ou expressão em lugar de outra em virtude de alguma semelhança. Ou seja, elas ocorreriam no plano

<sup>39</sup> Professora da Universidade Federal Rural de Pernambuco - UAST; Doutoranda em Letras-Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco. e-mail: larissa.cavalcanti@ufrpe.br

exclusivamente linguístico em situações nas quais um conceito seria usado fora de seu significado convencional. Mais recentemente, todavia, passou-se a interpretar metáforas como relacionadas não somente a um plano linguístico, mas pertinentes ao âmbito do pensamento, da cognição. A partir dessa perspectiva, protagonizada por Lakoff e Johnson (1980), as metáforas são compreendidas como mapeamentos gerais entre domínios conceituais distintos.

Metáforas conceituais relacionam domínios cognitivos diferentes, projetando a estrutura de um domínio-fonte a um domínio-alvo, e podem ser orientacionais, ontológicas ou estruturais. Encontradas frequentemente no discurso sob a forma das expressões metafóricas, as metáforas conceituais são naturalizadas na linguagem e processadas sem que percebamos. Assim, podem ser compreendidas como ferramentas persuasivas com potencial de enfatizar determinados aspectos de um conceito, ao mesmo tempo em que mascaram outros.

Com essas considerações em mente, observamos o crescimento da preocupação com a boa forma e com a alimentação saudável (FERRO, 2014). De acordo com o Ministério da Saúde (2014), houve um crescimento de 12,6% nos últimos cinco anos na população brasileira, acima de 18 anos, que relata praticar atividade física regularmente. Nesse contexto, podemos notar construções como “treinar é construir”, ou “treinar é uma jornada”, metáforas que relacionam diferentes domínios ao domínio do exercício (PHILLIPS; MCQUARRIE, 2006).

É nosso propósito, então, apresentar as metáforas que estruturam o domínio do *fitness* no mercado editorial brasileiro, a partir de publicações de fácil acesso para o público em geral. Foram selecionadas edições aleatórias de duas revistas impressas num total de quatro exemplares. Para a identificação das metáforas, observamos o proposto por Steen (2007): (1) identificar o foco da metáfora; (2) identificar a ideia metafórica; (3) identificar a comparação não literal; (4) identificar a analogia não literal; (5) identificar o mapeamento não literal. Alertamos que não seguimos à risca esse passo a passo, nos concentrando em identificar ideias metafóricas, as comparações não literais e os mapeamentos não literais. Em seguida, refletimos acerca do potencial que possuem as metáforas conceituais para enfatizar ou mascarar e seu impacto na formação do conhecimento do consumidor, propondo, por fim, formas de evitar (ou mitigar) seus usos e impactos no público consumidor.

## 2 Metáforas

A primeira definição de metáfora foi elaborada, na Grécia Antiga, por Aristóteles, que a definiu como “a transferência do nome de uma coisa para outra, ou do gênero para a espécie, ou da espécie para o gênero, ou de uma espécie para outra, ou por analogia”. Com essa definição, infere-se que a metáfora implica o uso de uma palavra para referir-se a outro significado que não o tradicionalmente atribuído – o que seria típico da linguagem poética.

Lakoff e Johnson (1980), todavia, propõem que as metáforas sejam interpretadas como dispositivos além do aspecto linguístico, ou seja, elas não seriam encontradas nas regras gramaticais ou nos léxicos, mas no sistema conceptual que subjaz à língua. Para entender como os autores chegaram a articular sua Teoria da Metáfora Conceptual, faz-se necessário entender, primeiramente, as bases epistemológicas dos autores. Opondo-se ao objetivismo e à crença de verdades universais, Lakoff e Johnson adotam o paradigma experientialista, isto é, na construção da cognição humana pela experiência física e cultural.

A partir da perspectiva experientialista, compreende-se que cognição e corpo trabalham coordenadamente para nossa compreensão do mundo através de metáforas. A relevância linguística dessa forma de se compreender a relação entre o homem e o mundo se dá justamente na percepção do sentido de frases como dado em função de uma estrutura conceptual. Com isso, o sentido jamais é descorporificado, mas sempre ligado à aquisição e uso de um sistema conceptual, ou seja, sem sentidos inerentes ou objetivos.

É a partir das experiências físicas mais básicas que dois sistemas conceituais emergem: os esquemas imagéticos e as categorias de nível básico. O primeiro sistema está associado ao deslocamento espacial do corpo, ao passo que o segundo se liga à manipulação do ambiente físico. As categorias de nível básico e esquemas imagéticos são denominados de conceitos literais, pois não são estruturados e entendidos em termos de outros conceitos, porém por projeções figurativas ou metafóricas permitem a passagem do concreto (experiencial) para o abstrato.

Para Lakoff e Johnson, as metáforas realizam uma espécie de mapeamento entre dois domínios conceituais distintos, o domínio de origem, de natureza concreta, e o domínio alvo, de caráter abstrato, de modo que este seja mais bem compreendido em função da relação que estabelece com aquele por organizações como “domínio-alvo é o domínio origem” ou “domínio alvo como domínio origem”. As projeções metafóricas permitem que o esquema imagético do CAMINHO, por exemplo, ajude a constituir a noção abstrata de tempo, como em “de ontem para hoje”, no qual ontem seria o ponto de partida e hoje, o de chegada. De outro modo, as projeções figurativas envolvendo as categorias de nível básico, culturalmente estabelecidas, permitem desdobramentos de projeções metafóricas, como “A RELAÇÃO AMOROSA É UM VEÍCULO” em “A RELAÇÃO É UM CARRO”. Kövecses (2002) salienta que a seleção de domínios-fonte depende de fatores humanos que refletem similaridades não objetivas, não literais e não preexistentes entre um domínio--fonte e um domínio-alvo.

Conceitos básicos como quantidade, tempo ou estados emocionais são, portanto, compreendidos metaforicamente, o que faz com que as metáforas desempenhem um papel central na compreensão do mundo, da cultura e de nós mesmos (ANDRADE, 2008, p.19). Vale salientar que expressões linguísticas metafóricas e metáforas conceituais não são a mesma coisa: estas são mapeamentos ontológicos que precedem a língua, a qual assume, pois papel secundário. Desse modo, as expressões linguísticas são apenas uma das instâncias das metáforas conceituais, sendo possível sua realização através de quadrinhos, mitos, instituições e mesmo a própria história.

Para se compreender como uma expressão metafórica cotidiana pode nos revelar a natureza metafórica dos conceitos que estruturam nossas atividades diárias, Lakoff e Johnson (1980) citam o exemplo TEMPO É DINHEIRO: “você está gastando meu tempo”, “eu investi muito tempo nesse projeto”, “você tem algum tempo sobrando?”, “eu perdi muito tempo no banco”. Na cultura ocidental, tempo é um recurso limitado e valioso, o que nos fez quantificá-lo precisamente em dias, semanas, meses e anos, o que afeta diversas atividades, como diárias de hotel, salários, taxas de juros etc.

Uma ressalva muito importante e, por vezes, esquecida é que a estruturação metafórica é parcial, ou seja, se houvesse totalidade nessa estruturação, um conceito *seria* o outro, não compreendido em função do outro. Logo, tempo não é dinheiro, realmente. Caso fosse, poderíamos pedir o tempo de volta sempre que alguém nos fizesse gastá-lo inadequadamente.

De acordo com a Teoria da Metáfora Conceitual, a metáfora é um mecanismo fundamental da mente, o qual estrutura nosso entendimento no nível mais básico e, assim, se funde com o uso cotidiano da linguagem e definem nossas percepções de mundo. A partir dessas considerações, Lakoff e Johnson propõem uma tipologia de metáforas: metáforas estruturais, orientacionais, ontológicas e imagéticas.

As metáforas estruturais são aquelas nas quais um conceito é estruturado metaforicamente em termos de outro (LAKOFF; JOHNSON, 2002 p. 59), tais como TEMPO É DINHEIRO, AMOR É VIAGEM, IDEIAS SÃO PLANTAS. As metáforas orientacionais, por sua vez, associam-se à percepção espacial, mobilizando, assim, esquemas imagéticos a partir das oposições DENTRO-FORA; EM CIMA-ABAIXO; FRENTE-TRÁS etc.

As metáforas orientacionais projetam, por sua vez, nossa experiência concreta de deslocamento espacial para a experiência mais abstrata de nossa vida social ou emocional, e, por isso, variam de cultura para cultura, como evidencia o caso da referência ao futuro para frente ou para trás. Os exemplos citados por Lakoff e Johnson (1980, p.462) tomam por base a orientação PARA CIMA-PARA BAIXO para diferentes domínios: TRISTEZA É PARA BAIXO, “estou me sentindo para baixo”, SAÚDE É PARA CIMA, “ele está no auge da saúde”, MAIS É PARA CIMA, “o número de mortes aumenta a cada ano”.

As metáforas ontológicas (ou físicas) tomam por base a experiência do ser humano em manipular o mundo e seu próprio corpo com fins de entendê-los melhor, o que dá origem à concepção de eventos, atividades ou emoções como entidades e substâncias. Isso se dá com a atribuição de características específicas, para quantificá-los e identificá-los. Se tomarmos INFLAÇÃO É ENTIDADE, por exemplo, e pensarmos a inflação como uma “coisa”, temos que “a inflação pressiona o mercado”, “o lado perverso da inflação” ou, ainda “a inflação ficará acima das previsões”. Uma possibilidade da metáfora ontológica é a *personificação* de um conceito, ativada na caracterização da inflação como perversa (ANDRADE, 2008, p.27).

Duas considerações feitas por Lakoff e Johnson (1980, p.465) merecem ser comentadas. A primeira diz respeito à coerência entre valores culturais e conceitos fundamentais. Por exemplo, MAIOR É MELHOR é coerente com MAIS É PARA CIMA, mas MENOR É MELHOR não é. Portanto, nossos valores não são independentes, mas formam um sistema coerente com as metáforas através das quais vivemos, por isso, não existem verdades absolutas. Mesmo as metáforas básicas, como as primárias e orientacionais, podem ser diferentes de uma cultura para outra. A segunda consideração diz respeito à resolução de incoerências. Dizer “a taxa de crime está subindo” contradiz BOM É PARA CIMA, logo, há atribuição de prioridade a diferentes valores. A prioridade física de MAIS É PARA CIMA pode ser vista em “a taxa de crimes está subindo”, mesmo que “criminalidade” seja RUIM.

### 3 Saúde

O Ministério da Saúde divulgou em 2014, que quase metade da população brasileira está acima do peso e quase um quarto dos brasileiros adultos sofrem de hipertensão. Segundo o estudo, o sobrepeso é maior entre os homens, com 52,6% deles acima do peso ideal; entre as mulheres, esse valor é de 44,7%. De outro modo, ainda em 2013, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) alertara que problemas de saúde antes considerados típicos de países desenvolvidos começavam a afetar nações de baixa e média renda, em particular nas áreas urbanas.

Em contrapartida, acompanhando uma tendência mundial em busca da qualidade de vida os brasileiros têm alterado seus hábitos cotidianos para inserir exercícios físicos, tais como a musculação, e alterado os hábitos alimentares. De fato, o Ministério da Saúde (BRASIL, 2014), a partir do exposto por 53 mil pessoas, em todas as capitais e no Distrito Federal, revelou que 33,8% da população realiza atividade física regularmente. De acordo com os dados da pesquisa, a prática da musculação foi citada por 18,97% como a segunda atividade mais praticada. De acordo com diferentes profissionais ligados à musculação (apud FERRO, 2014), tal se deve às diferenças intrínsecas entre os esportes, a rapidez dos resultados físicos da musculação e, principalmente, o maior acesso à informação acerca deste esporte.

Por outro lado, as qualificações de um corpo bonito traduzem uma nova ordem que ganha destaque: corpos fortes, torneados, magros e perfeitos (WITT; SCHNEIDER, 2011). Essa importância dada à imagem, ao corpo e à estética é fruto dos corpos “perfeitos” que invadem progressivamente todos os espaços da vida moderna. Em contrapartida, a sociedade

de consumo atual desconsidera as inúmeras desigualdades de potenciais físicos e a diversidade de biótipos existentes.

Esse novo padrão não respeita a diversidade de biótipos e induz a população a se sentir inadequada. Por isso, os mais descuidados acabam por aderir a práticas inadequadas, como dietas sem orientação, o uso de remédios, laxantes, jejum prolongado, excesso de atividade física, sem atentar para os possíveis riscos à saúde. Carneiro (apud MENDES, 2015) diz que lesões não são exclusividade do *CrossFit* e cita o pilates, a musculação e o futebol como modalidades em que os praticantes também se machucam com certa frequência.

A cultura do consumo e venda de academias, de fabricantes de suplementos e dos profissionais da forma física é fortalecida, dentre várias formas, através de propagandas e publicações específicas, as quais se utilizam de formas linguísticas de natureza metafórica para projetar ideologias dominantes. Tal não é surpreendente, uma vez que as noções abstratas de saúde e de beleza necessitam de metáforas para integrarem o mundo familiar do concreto, apresentando, também, a possibilidade da apreensão de ideologias específicas (LOUTH, 2013). Estudiosos da metáfora, tais como Louth (2013), argumentam que aspectos da linguagem, supostamente livres de discursos literais e científicos habitam o discurso disfarçado de forma objetiva, isto é, ideais se mascaram de senso comum e verdades inquestionáveis, funcionando como ideologias.

Por isso, consumidores de produtos voltados para a saúde e forma física devem estar criticamente cientes das origens metafóricas de conceitos, suas implicações ideológicas e os riscos que podem apresentar. O presente trabalho tem como um de seus objetivos propiciar a abordagem e questionamento de metáforas que estruturam nossa compreensão de saúde e forma física, observando seus enlaces com poderosas ideologias de mercado.

#### **4 As metáforas do *fitness*: conceptualização do treino**

É habitual atribuir aos diferentes veículos midiáticos a responsabilidade pela divulgação de ideais pouco saudáveis de beleza com base na forma física. Todavia, menos atenção é dada aos textos que as diversas empresas mobilizam em revistas, websites e rótulos de produtos. Naturalmente, tais mensagens contêm ideologias lucrativas para a indústria do *fitness*. O foco de nosso estudo está, em particular, nas metáforas conceituais, isto é, a instância na qual um conceito é construído em função de outro, e como as mesmas ajudam a estruturar a indústria do *fitness*.

É importante declarar que, quando um conceito é compreendido naturalmente, adota as características do domínio alvo e, assim, cria uma imagem da realidade, a qual pode elidir outras possíveis “realidades” (BAGHESTANI, 2008, p.8). Soma-se a isso o fato que metáforas conceituais são processadas naturalmente e automaticamente, levando-nos admitir o potencial da metáfora de influenciar conhecimentos, crenças e comportamentos (idem, p.49). Nossa realidade é, portanto, definida em termos de metáforas a partir das quais agimos, isto é, fazemos inferências, estabelecemos objetivos, tudo com base em como estruturamos nossa experiência consciente e inconscientemente, por meio das metáforas (LAKOFF; JOHNSON, 1980).

Para nossa investigação, utilizamos dois exemplares de revistas voltadas para o público praticantes de musculação num total de quatro edições. Das diversas seções das revistas, para coleta de dados, detivemo-nos nas propagandas de suplementos e nos artigos, desconsiderando o editorial, seções do leitor e resenhas de suplementos ou indicação de produtos pelo corpo editorial.

Na coleta, consideramos o método de identificação de metáforas discutido por Steen (2007) denominado método dos cinco passos, o qual se divide em: achar o foco metafórico, a proposição metafórica, a comparação metafórica, a analogia metafórica e o mapeamento

metafórico. De acordo com o autor, achar as metáforas no discurso não é somente uma questão de identificar palavras usadas em sentido metafórico, mas de revelar suas estruturas conceituais. Para isso, toma-se como princípio que a metáfora é uma forma indireta de significado e sua análise se baseia no contraste e na similaridade com o significado básico, isto é, o mais concreto, relacionado à experiência do homem no mundo.

A partir dessas considerações, encontramos com recorrência a conceptualização TREINAR É JORNADA. Esse mapeamento é manifesto em expressões como “seguir o plano com cuidado na alimentação”, “pessoas que visam ter um corpo legal”, “acelerar os resultados na reta final”, “é recomendado que tenha um professor de educação física conduzindo a prática”. Como Lakoff (1992, p.5) explica, mapear algo como uma jornada, implica em corresponder entre os domínios um ponto de partida, um ponto de chegada, um trajeto, possivelmente um meio de deslocamento e impedimentos à viagem.

Assim, ao conceptualizarmos o domínio treino em função do domínio jornada, temos que o destino de chegada é correspondente à forma física musculosa e, para isso, usa-se o corpo como veículo e há necessidade de quem conduza a prática do exercício (o profissional de educação física). Por isso, seguir o plano (de viagem) requer cuidado na alimentação (possíveis obstáculos no caminho do treino), da mesma forma que visar um corpo legal é antever o final da jornada (o destino final) e acelerar na reta final impulsiona o praticante a uma prática mais intensa, sempre supervisionada pelo professor (condutor da viagem).

Esse mapeamento, por permitir a correspondência do corpo com um automóvel ou motocicleta, permite mapearmos cognitivamente CORPO É MÁQUINA, de modo que o corpo é mapeado como um meio de deslocamento, e há correspondência do alimento ou suplemento com o combustível dos veículos. Linguisticamente, esses mapeamentos são expressos em “abasteça seu corpo por mais tempo”, “sem deixar de dar combustível o suficiente para o músculo crescer”, “qual é o seu combustível?”, “Suplementos capazes de oferecer o máximo desempenho”, “Suplemento para te levar ao máximo de sua potência, te transformar em uma máquina”.

Outro mapeamento recorrente no campo do *fitness* se dá como TREINO É GUERRA. Guerra é um domínio fonte muito usado para situações que envolvem luta ou dificuldades. Nas publicações investigadas, pudemos encontrar a representação do *fitness* como uma guerra em “o cara está na batalha para construir um corpo saudável”. Em contiguidade com essa metáfora, o inimigo está expresso em “eliminar gordura”, “destruir a rotina” ou, ainda “enfrentar um platô”. Aliança é também expressão recorrente, tanto para elementos que apoiam o sujeito na guerra – como “exercícios são aliados”, “a técnica [de exercícios] aliada a uma dieta restrita de carboidratos”. Finalmente, o corpo como arma para o *fitness* esteve presente em “Cuttler conquistou duas armas poderosas: o peitoral e as panturrilhas”. Na relação entre o domínio guerra e *fitness*, podemos fazer os seguintes mapeamentos: ganhar massa ou definição muscular [corpo saudável] é uma vitória, dieta e exercícios são aliados na guerra; gordura/rotina são inimigos na guerra do treino; partes do corpo são armas na guerra do treino.

Em convergência dos domínios da guerra e da máquina para o campo do *fitness*, podemos chegar ao mapeamento TREINO É EXPLOSÃO. Tal mapeamento é realizado entre os verbos “explodir”, “bombar” e “detonar” com a hipertrofia muscular e abundam expressões como “o treino que vai explodir seus músculos”, “explosão muscular”, “4 semanas para detonar” ou “4 semanas para bombar” e “dicas para explodir peitoral e panturrilhas”. A musculação tem por base agressão na fibra muscular para sua reconstrução com acréscimo de volume, quanto maior a agressão, maior o volume. A ênfase no volume muscular em pouco tempo, promovida por essas expressões, não ocorre sem consequências, como provam os casos cada vez mais noticiados de injeções clandestinas de óleo vegetal ou hidrogel. Isso

implica na ressignificação do verbo “bombar” de explosão para “tomar bomba”, ou seja, consumir anabolizantes.

De outro modo, também identificamos a metáfora TREINO É CONSTRUÇÃO. Tal conceptualização mapeia o corpo como edificação, como em “conhece o papel do descanso para a construção muscular”, “potente construtor de músculos”, “o cara está na batalha para construir um corpo saudável” e “ele permite que você construa mais volume”.

Em nossa busca por metáforas estruturais, nos deparamos, também, com duas metáforas orientacionais no *fitness* - as quais serão mencionadas aqui a título de complementaridade com as funções ideológicas das metáforas estruturais. A primeira, TREINO É PARA CIMA, relaciona-se a BOM É PARA CIMA no que diz respeito aos efeitos positivos da atividade física: “aumento de força e resistência”, “aumento da circulação sanguínea”, “ganhar massa magra”, “a alta performance esportiva”. GANHO DE GORDURA É PARA CIMA, por sua vez, apela para a quantificação da gordura e a relação com MAIS É PARA CIMA e aparece em “termogênico completo para redução de medidas”, “manter o nível de gordura baixíssimo”, “minimizar ao máximo o ganho de gordura”. Todavia, a orientacionalidade dessa metáfora contradiz PARA CIMA É BOM (BAGHESTANI, 2008, p.18). Porém, como Lakoff (1992) explica, o conflito é resolvido pela prioridade dessa última metáfora em detrimento do ganho de gordura, por ter uma base física mais clara. Ainda, a oposição entre perda de gordura e os objetivos de quem se envolve com práticas esportivas, permite apontar a metáfora PERDER É GANHAR como definidora para o domínio do treino: a perda de gordura implica o ganho da musculatura ideal, da potência do corpo e da saúde, de modo geral.

Esses mapeamentos e seus respectivos domínios são fundamentais para a construção cognitiva acerca do mundo *fitness*. Como Fairclough (1992, p.194) pontua, significar algo por meio de metáforas é construir a realidade de um modo em detrimento de outro, isso porque as metáforas são estruturas do pensamento e, conseqüentemente, de nossas ações, dos nossos sistemas de crenças e conhecimento. Além disso, as metáforas são, também, estruturas difusoras de ideologias, como Goatly (2007) explica, uma vez que a linguagem e o pensamento podem ser entendidos como “metáfora e significado” e ideologia já foi definida como “significado a serviço do poder”, usar metáforas para promoção de determinadas conceptualizações pode funcionar como estratégia ideológica que mascara intenções.

De fato, o mapeamento TREINO É GUERRA, por exemplo, ao mapear suplementos como combustível para a máquina obscurece os cuidados necessários na ingestão de suplemento, tanto em decorrência da variedade de suplementos bem como de suas funções, preferindo salientar os efeitos positivos desses químicos para o desenvolvimento muscular. Ainda, ao conceptualizarmos metaforicamente CORPO É MÁQUINA, passamos a construir cognitivamente o corpo como capaz de ser manipulado, ativado ou estimulado de forma a produzir um determinado resultado. Essa projeção oculta a influência de condições genéticas ou sociais e enfatiza a ação do indivíduo sobre si, assim, independente de ser ectomorfo, mesomorfo ou endomorfo; de medicação ou estado de saúde que sugira cuidados; da carga de peso adequada; da execução apropriada dos exercícios; os sujeitos buscam o resultado que é difundido como possível.

O mapeamento TREINO É CONSTRUÇÃO também permite esse efeito, particularmente, porque a visão de que a construção do volume corporal ou atingir o potencial máximo do corpo é um ato individual, evidentemente, esconde os riscos de lesão e danos em longo prazo à musculatura e à coluna vertebral. Se oculta, de outra maneira, a equipe de profissionais que acompanha atletas da musculação e fisioculturismo para que estes cheguem com saúde ao corpo que precisam ter para uma competição ou ensaio fotográfico. Com esses profissionais, os atletas possuem orientação quanto à alimentação e treino específicos para momentos específicos de sua carreira.

Como consequência desse último apagamento, estabelece-se uma relação muito peculiar entre o combustível da máquina e o tipo de alimento consumido: a suplementação. Alimentos normais são menos comentados no universo da musculação, em favor da suplementação (*whey*, *BCAA*, creatina e afins), uma vez que esta tem em si os elementos necessários para o alto desempenho e para a construção do volume muscular. A intenção mercadológica dos suplementos apela para a autoimagem dos consumidores das publicações, fazendo uso dos corpos de atletas e musas em seu ápice físico.

Porém, além de não informar os riscos do consumo inadequado de suplementos ou do modo adequado para consumo do produto, as publicações investigadas desprestigiam a forma mais natural de se obter energias e nutrientes: o alimento propriamente dito. Com isso, carboidratos e gorduras assumem o papel de inimigo na guerra do treino, quando, na verdade, possuem papel fundamental para o funcionamento do corpo e do próprio metabolismo.

De modo geral, também é possível notar que o que essas metáforas ocultam é a possibilidade de fracasso em se atingir a forma física idealizada. Porque o fracasso nunca é mencionado, se não atingem a perfeição prometida, as pessoas desenvolvem sentimentos de culpa e decepção consigo mesmas. Afinal, projetar sobre o corpo a conceptualização de algo controlável, fácil de usar, leva pessoas não associadas ao mundo *fitness* a serem vistas “sem autocontrole”, induzindo a uma autoimagem negativa.

## 5 Considerações Finais

Em nosso trabalho procuramos discutir a crescente preocupação dos brasileiros com a saúde e a boa forma física. Evidências de tal mudança podem ser coletadas a partir da divulgação em variadas mídias, em pesquisas acerca das práticas esportivas, no índice de consumo de cosméticos, na busca por intervenções cirúrgicas para fins estéticos. Discutimos, nesse âmbito, como a inserção do sujeito no *fitness* pode estar equivocadamente baseada em ideias de inadequação corporal, baixa autoestima e fracasso pessoal – o que pode levar a distúrbios e lesões.

Como fundamento para nossa discussão, partimos do que é textualmente veiculado por publicações do *fitness* e boa forma, escolhidas aleatoriamente. A partir dos textos, foi possível observar que os domínios do treino e da suplementação são, na verdade, metafóricamente conceptualizados, isto é, sua construção em nossos esquemas cognitivos é dada em função de outros sistemas conceptuais com os quais são relacionados via mapeamentos. Quando pensamos em estratégias para combater os efeitos ideológicos de metáforas, devemos ter em mente que as metáforas do *fitness* são conceptualizações articuladas a fins mercadológicos e evitar reflexões críticas sobre as mesmas é alinhar-se a esses mesmos interesses e promover a ignorância do consumidor.

De outro modo, foi possível constatar também que as metáforas utilizadas para conceptualizar o domínio do treino e da suplementação são específicas de tais domínios, sem repetirem-se nas publicações voltadas para mudanças de hábitos alimentares. De fato, a metáfora PERDER É GANHAR (contraditória em termos) está na base do sistema metafórico: como economia, quando se perde gordura, ganham-se os resultados. Na combustão, quando há perda de energia, se ganha resultados.

Tendo discutido que várias metáforas encontram-se vinculadas a ideologias que definem como ideais físicos o volume muscular, pouca gordura, o controle do próprio corpo e os danos que tais modos de pensar podem ser prejudiciais, faz-se necessário pensar em alternativas para reduzir a recorrência de metáforas nocivas. Uma ação tomada de modo ainda inconsistente e em paralelo às metáforas que se deseja evitar é a proliferação do discurso de moderação e autoaceitação. Com esse discurso, promovem-se crenças positivas acerca do corpo, informações concretas sobre alimentos, nutrientes e práticas esportivas.

Finalmente, outra solução seria a adoção de metáforas para combater aquelas já utilizadas. Baghestani (2008, p.43) propõe utilizar o mapeamento O CORPO É UMA PESSOA, em detrimento de TREINO É GUERRA/CONSTRUÇÃO ou CORPO É VEÍCULO. De acordo com a autora, ao tratar o corpo como um ser humano, não se pretende esculpir ou modelá-lo, mas tratá-lo com respeito – exercícios e dieta tornariam-se, desse modo, favores para manter o corpo saudável. Salienta-se que tal passo não significa apenas inserir uma nova expressão no mercado editorial, mas a adoção de uma nova forma de estruturar um dado domínio cognitivo, aumentando assim a probabilidade de se pensar em função de hábitos saudáveis, não em inadequação física.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, V. L. V. Sobre a identidade da metáfora literária: uma análise do romance d'a pedra do reino e o príncipe do sangue do vai-e-volta. Dissertação. 71 f. 2008. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/acaoConteudo.php?nrseqoco=40614>> Acessado em: 07 set. 2014.
- BAGHESTANI, S.P. It's Good To Be Thin: The Impact of Metaphor on Our Beliefs about Diet and Exercise. Monografia. 50f. 2008. Miami University. Ohio, 2008. Disponível em: <[https://etd.ohiolink.edu/ap/10?0::NO:10:P10\\_ACCESSION\\_NUM:muhonors1231049883](https://etd.ohiolink.edu/ap/10?0::NO:10:P10_ACCESSION_NUM:muhonors1231049883)> Acessado em: 18 março 2015.
- BRASIL. Vigilância de Fatores de Risco e Proteção Para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico. 24.out.2014. Disponível em: <<http://portalsaude.saude.gov.br/images/pdf/2014/abril/30/Lancamento-Vigitel-28-04-ok.pdf>> Acesso em: 30/10/2014
- FAIRCLOUGH, N. Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. Harrow: Longman Press, 1992.
- FERRO, B. Brasileiro troca “pelada” por academia. In: Diário da Região. São José do Rio Preto, 2014. Disponível em: <<http://www.diarioweb.com.br/novoportal/Noticias/Saude/218700,,Brasileiro+troca+peladaspor+academias.aspx>> Acesso em 12.nov.2014.
- GOATLY, A. Metaphor and ideology. In: Ilha do Desterro, n.53. Florianópolis, 2007. pp.63-93.
- KOVECSES, Z. **Metaphor: A practical introduction**. Nova Iorque: Oxford University, 2002.
- LAKOFF, G. The Contemporary Theory of Metaphor. In: Ortony, A. (ed.) **Metaphor and Thought**. 2ª edição. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. pp.1-46. Press, 2002.
- LAKOFF, G. e JOHNSON, M. **Conceptual Metaphor in everyday language**. In: The journal of philosophy, vol.77 (8), 1980. pp. 453-486.
- LOUTH, P. Frozen Metaphors, Ideology, and the language of music instruction. In: Action, criticism and theory for music education, vol.12, n.3, 2013. pp. 66-91. Disponível em: <[http://act.maydaygroup.org/articles/Louth12\\_3.pdf](http://act.maydaygroup.org/articles/Louth12_3.pdf)> Acessado em: 01 fev. 2016.

- LUIZ, S. Cresce o número de academias na rua, mas faltam profissionais habilitados. In: Portal da Enfermagem. São Paulo. 9 set. 2014. Disponível em: <[http://portaldafenfermagem.com.br/plantao\\_read.asp?id=4585](http://portaldafenfermagem.com.br/plantao_read.asp?id=4585)> Acessado em: 12. set.2014
- MENDES, V. *CrossFit* e o risco de lesão: o que é verdade e o que não é nesse tipo de treinamento? In: Diário de Pernambuco. 22 fev. 2015. Disponível em: <[http://sites.correioweb.com.br/app/50,114/2015/02/25/noticia\\_saudeplena,152359/crossfit-e-o-risco-de-lesao-o-que-e-verdade-e-o-que-nao-e-nesse-tipo.shtml](http://sites.correioweb.com.br/app/50,114/2015/02/25/noticia_saudeplena,152359/crossfit-e-o-risco-de-lesao-o-que-e-verdade-e-o-que-nao-e-nesse-tipo.shtml)> Acessado em: 16 mar. 2015.
- PHILLIPS, B. J. e MCQUARRIE, E. F. Burn Fat and Build Muscle: How Conceptual Metaphor Shapes Consumer Belief. In: European Advances in Consumer Research, 2006. pp.49-50.
- POZZEBOM, E.R. Agências de modelos podem ser obrigadas a atestar saúde de profissionais antes de desfiles. In: Agência Senado. 16 mar. 2015. Disponível em: <<http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/2015/03/16/agencias-de-modelos-podem-ser-obrigadas-a-atestar-saude-de-profissionais-antes-de-desfiles>> Acessado em: 25 Mar. 2015.
- STEEN, G. Finding Metaphor in Discourse: Pragglez and Beyond. In: Cultura, Lenguaje Y Representación, vol.5. 2007, pp. 9-25
- WITT, J.S.G.Z. e SCHNEIDER, A.P. Nutrição Estética: valorização do corpo e da beleza através do cuidado nutricional. In: Ciênc. saúde coletiva, Rio de Janeiro, v.16, n.9, 2011. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-81232011001000027&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232011001000027&lng=en&nrm=iso)> acessado em: 16 Mar. 2015.

Submetido em 13/02/16

Aceito em 10/04/16