

**A METÁFORA EM QUESTÃO:
UMA ANÁLISE SEMÂNTICO-ESTILÍSTICA
DA METÁFORA EM MANCHETES DE REVISTAS**

Marcia de Oliveira Gomes (UERJ)
marciadeog@bol.com.br

Conheço um escritor que aprendeu com o seu gato a abocanhar um assunto. O bichano ficava horas a fio imóvel, olhando fixamente qualquer coisa que não se via no jardim, na incrível paradeza dos felinos, e súbito dava um salto surpreendente, abocanhando um passarinho. Assim é que se acha uma boa metáfora.

(Autran Dourado)

RESUMO

Processo de criação lexical e de estilo, a metáfora é um dos recursos mais empregados na literatura, por vezes de forma expressiva, outras como mero ornamento. Tal fenômeno, entretanto, não é privilégio do meio literário, pois figura também na lingu>agem cotidiana.

Segundo Lakoff & Johnson (2002:45-6), "os conceitos que governam nosso pensamento não são meras questões do intelecto. Eles governam também a nossa atividade cotidiana até nos detalhes mais triviais. Eles estruturam o que percebemos, a maneira como > nos comportamos no mundo e o modo como nos relacionamos com outras pessoas. (...) então o modo como pensamos, o que experienciamos e o que fazemos todos os dias são uma questão de metáfora."

Um exemplo disso é o estilo jornalístico que embora não tenha um compromisso com a estética precisa chamar a atenção para a notícia valendo-se, assim, de mecanismos como a metáfora em suas manchetes. Desse modo, o presente trabalho visa a desenvolve>r uma análise semântico-estilística das construções metafóricas presentes nas manchetes de revistas.

No uso da língua, o homem dispõe de inúmeras possibilidades de expressão. Vários fatores interferem na produção de uma mensagem, mas, simplificada, podemos afirmar que, dependendo de seu objetivo, o indivíduo pode se valer de palavras no sentido denotativo,

empregadas literalmente, ou conotativo, em que é atribuído à palavra um novo significado.

Entre os fenômenos constituintes da linguagem figurada, a metáfora é o mais usual. O emprego excessivo da metáfora, entretanto, por vezes, depõe contra o texto, pois deixa de produzir um efeito expressivo para tornar-se mero adorno, principalmente, quando recai no lugar-comum. Para Murry (1968, p. 97): “enquanto nos lembrarmos de que a metáfora é essencial à precisão da linguagem, não seremos tentados a abusar dela. Onde a metáfora nada acrescentar à precisão com que é expresso um pensamento tornar-se-á desnecessária e deverá ser sacrificada”.

Tal recurso, porém, não é privilégio do meio literário, pois figura também na linguagem cotidiana, por vezes de forma tão natural que o falante não se apercebe de seu uso. Vejamos um exemplo:

JOÃO TEM FOME DE LEÃO

Podemos enumerar alguns semas (traços distintivos semânticos) do lexema “leão”: animal, selvagem, voraz, carnívoro. Assim, recorreremos à imagem desse animal, aproveitando o sema que coincide com a característica de João: a voracidade. Os semas não-coincidentes são excluídos. Logo, ter fome de leão equivale a comer muito e com avidez. Segundo Cressot (s/d., p. 66-7), poderíamos definir a metáfora como:

Uma alternativa semântica através da qual um significante abandona o significado a que geralmente está ligado, trocando-o por outro, devido a uma comparação não formulada entre os dois significados, comparação essa que retém semelhanças arbitrariamente privilegiadas.

O nível de uma metáfora é determinado pelo grau de explicitação dos termos dessa comparação. É preciso lembrar, no entanto, que, conforme Bechara (2001, p. 398), “a metáfora não resulta – como tradicionalmente se diz – de uma comparação abreviada; ao contrário, a comparação é que é

uma metáfora explicitada”. Façamos o percurso da símile à metáfora pura, através do exemplo anterior.

Em forma de símile teríamos: “João é esfomeado como um leão”, com a presença dos termos comparantes “João” e “leão”, e o conectivo “como”. Já a metáfora impura ou “*in praesentia*” se abstém do conectivo, numa relação mais direta, tal qual vimos no primeiro exemplo: “João tem fome de leão”. Na metáfora pura ou “*in absentia*” figura apenas um dos termos da comparação, cabendo ao contexto fornecer pistas para sua compreensão: “Os guardas jogavam a comida no chão imundo e os prisioneiros se atiravam sobre ela. Leões famintos lutando para sobreviver.” Nesse caso, é possível perceber que não se trata de leões, propriamente ditos, mas de prisioneiros que se vêem obrigados a agir como tal devido à situação desumana em que se encontram.

Optamos por analisar as metáforas cotidianas em manchetes de revistas, porque embora a linguagem jornalística não tenha um compromisso com a estética, pois seu principal objetivo é transmitir informações, ao anunciar uma notícia, tem-se a necessidade de chamar a atenção para ela, e a metáfora é uma boa opção para isso. Quanto mais intrigante a manchete, maiores as chances de se conquistar o leitor para a reportagem. Garcia (2000) no *Manual de redação e estilo* do Jornal “O Globo”, alerta justamente para a exigência de títulos imaginativos em grandes reportagens e matérias leves.

Entre as inúmeras construções metafóricas referentes a esse estilo, destacamos algumas por sua expressividade. Observemos:

METÁFORAS ESTRUTURAIS

GUERRA CONTRA O IPTU (VEJA RIO, 16/01/08)

Essa reportagem se refere às discussões e protestos da população gerados pelo aumento do IPTU. O título é metafórico porque não há de fato um conflito armado contra

os responsáveis pelo imposto, mas, na linguagem cotidiana, o conceito de discussão é, normalmente, estruturado como o de guerra. Assim, pode-se vencer ou perder uma discussão, ou se elaborar estratégias, atacando os pontos fracos do adversário, por exemplo. Para Lakoff e Johnson (2002, p. 48):

Os processos do pensamento são em grande parte metafóricos. Isso é o que queremos dizer quando afirmamos que o sistema conceptual humano é metaforicamente estruturado e definido. As metáforas como expressões lingüísticas são possíveis precisamente por existirem metáforas no sistema conceptual de cada um de nós.

Essa é, portanto, uma metáfora estrutural cuja expressividade reside na força atribuída aos protestos pelo estabelecimento de sua relação com a idéia de guerra.

SEM TEMPO A PERDER (ÉPOCA, 07/04/08)

Esse título se baseia no conceito metafórico “Tempo é dinheiro”, por meio do qual transferimos nossa experiência com dinheiro para a forma como lidamos com o tempo, podendo, assim, gastá-lo, poupá-lo, desperdiçá-lo ou, simplesmente, perdê-lo, como no exemplo acima. Atribuímos tal pensamento ao advento da modernidade que impondo à sociedade um ritmo acelerado tornou o tempo um bem valioso.

A reportagem a que a manchete se refere demonstra a pressa em se encontrar meios de estabilizar o clima do planeta e minimizar o impacto do aquecimento global. Como tal assunto foi até hoje negligenciado pela maioria dos países, resta pouco tempo para se tomar as medidas necessárias para solucionar o problema e o título procura destacar de forma expressiva essa urgência.

METÁFORAS ORIENTACIONAIS

NÃO EMPINA (VEJA, 16/01/08)

Diz respeito à estréia do filme “O caçador de pipas”, adaptado do romance homônimo, de Khaled Hosseini. Havia uma grande expectativa em relação ao longa-metragem não só em razão do sucesso do livro, mas também da conhecida competência do diretor Marc Foster. Como o filme não corresponde à expectativa, a manchete anuncia: “Não empina”, tendo como recurso a metáfora orientacional: “Bom é para cima: mau é para baixo”, de base física para o bem estar pessoal, apontada por Lakoff e Johnson (2002:63): “Felicidade, saúde, vida e controle – as coisas que especialmente caracterizam o que é bom para uma pessoa são todas para cima”.

A metáfora revela a falta de energia do filme quando, apropriando-se dos traços distintivos de pipa, afirma que ele não empina, ou seja, decepciona a público, não alcançando o status desejado.

SUCESO FEITO SOB MEDIDA (VEJA, 27/06/07)

A matéria versa sobre a iniciativa de profissionais de contratar consultores de imagem para auxiliá-los na construção de sua marca pessoal. Assim, eles costumam ter aulas para melhorar a postura, o guarda-roupa e a comunicação verbal, por exemplo, visando a se adequar ao perfil da empresa em que trabalha a fim de obter sucesso.

A manchete em questão está fundamentada no sistema de metáfora orientacional, pois, apoiando-nos em nossa experiência física, sabemos que algo que está sob medida ajusta-se perfeitamente a nosso corpo, à nossa expectativa. O título toma emprestada tal orientação, quantificando uma entidade (o sucesso) nessa construção metafórica.

POR QUE NINGUÉM TIRA A GISELE BÜNDCHEN DO TOPO (ISTO É INDEPENDENTE, 13/06/07)

Refere-se às razões do sucesso de Gisele Bündchen no mundo da moda. A afirmação de que ela está no topo expressa o nível de importância alcançado, baseando-se na metáfora orientacional: “status superior é para cima; status inferior é para baixo”, pois, segundo Lakoff e Johnson (2002, p. 63):

Em geral, nossos olhos vão na direção na qual normalmente nos movemos (para frente, em frente). Quando um objeto se aproxima de uma pessoa (ou a pessoa se aproxima do objeto), o objeto parece ficar maior. Uma vez que o chão é percebido como fixo, o topo do objeto parece se mover para cima no campo de visão da pessoa.

O campo semântico da notícia reforça tal idéia com expressões como: “no degrau mais alto do mundo da moda” e “um patamar acima das demais modelos”, corroborando o efeito expressivo da manchete.

EMPUXO DUPLO CONTRA RECESSÃO (VEJA, 06/02/08)

Com a ameaça de uma recessão econômica nos Estados Unidos, o governo começou a tomar suas providências para evitar uma crise. A primeira delas é uma redução na taxa de juros realizada pelo Federal Reserve (Fed, o banco central americano) e a segunda, um pacote de estímulo fiscal proposto pelo presidente George W. Bush.

Assim, as duas medidas se aproximam semanticamente de empuxos, pois elas tendem a impulsionar a economia americana, equiparando-se a empurrões dados em quem está estagnado. Segundo, nossa orientação espacial, para frente relaciona-se ao progresso, portanto, um empuxo duplo seria a melhor solução contra o baixo crescimento econômico dos Estados Unidos.

METÁFORAS ONTOLÓGICAS

AUTÓPSIA DA CORRUPÇÃO (VEJA, 30/01/08)

Diz respeito ao relatório final da Polícia Federal sobre a corrupção nos correios, vinda à tona em 2005. O processo de investigação é comparável à autópsia por examinar de forma minuciosa o caso em questão. Desse modo, a corrupção é concebida como um ser que tal qual um cadáver tem suas partes internas examinadas.

Trata-se do fenômeno que Lakoff e Johnson (2002) denominam metáfora ontológica, ou seja, uma construção que consiste na confecção de idéias, eventos, atividades, emoções etc. como entidades e substâncias. Segundo os autores, a ocorrência de tal fenômeno se deve à necessidade que têm os homens de demarcar tudo partindo de sua experiência com objetos físicos e com o próprio corpo humano.

OSSOS COM VIBRAÇÕES POSITIVAS (VEJA, 30/01/08)

A reportagem apresenta uma máquina desenvolvida, nos Estados Unidos, para o tratamento da osteoporose. Semelhante a uma balança caseira, ela vibra sob o peso do

paciente, obrigando-o a contrair os músculos do corpo para se equilibrar. Tal esforço causa microlesões nos ossos que estimulam a produção de células protetoras, aumentando a densidade óssea.

O título da notícia é constituído de uma metáfora ontológica na qual a vibração é concebida como uma entidade, identificando-se nela aspectos positivos, visto ser responsável pela melhora de uma doença. Há ainda um jogo de palavras com a expressão “vibrações positivas”, referente à energia que atrai coisas boas. Assim, os ossos tratados com o aparelho descrito estariam repletos dessa força.

OS GENES FALAM MAIS ALTO (VEJA, 19/05/04)

É uma matéria sobre o livro do psicólogo evolucionista Steven Pinker “Tabula Rasa”. Sumariamente, podemos afirmar que tal obra versa sobre as determinações depositadas em nosso código genético pela seleção natural, abrangendo não só a constituição do corpo, mas também o comportamento humano. Desse modo, os fatores genéticos seriam decisivos na formação e no comportamento do homem. Daí os genes se destacarem.

Falar é uma característica humana que é atribuída aos genes personificando-os. O ato de falar mais alto faz com que o falante se evidencie, justificando-se a construção dessa metáfora para expressar a força do DNA.

METÁFORAS SINESTÉSICAS

“PLÁSTICA DE VOZ” (VEJA, 05/05/04)

Ocorre o fenômeno da sinestesia, que é um tipo de metáfora, também conhecida como metáfora sinestésica. Essa consiste numa combinação de sentidos, em que características de um são emprestadas a outro. Se pensarmos em termos de sensações, o lexema “plástica” seria melhor aplicado a tato e voz a paladar. O autor da manchete promove, porém, um

encontro dessas sensações, cujo efeito expressivo acaba por chamar a atenção para a matéria.

No texto, é-nos revelado que as cordas vocais também sofrem um processo de envelhecimento, que modifica o tom e a intensidade da voz. Entre os procedimentos empregados para remoçar a voz se destacam as chamadas “plásticas da voz”, que consistem na aplicação de colágeno, esponja de fibrina, gordura ou ácido nas pregas vocais. Trata-se das mesmas substâncias aplicadas para rejuvenescer a pele, daí a associação desse procedimento com a plástica estética.

A BOSSA NOVA DAS ARTES PLÁSTICAS (ÉPOCA, 24/12/07)

A bossa nova, ritmo musical de grande sucesso nos anos 60, sempre representou o Brasil no exterior. Como, atualmente, muitos brasileiros estão experienciando esse reconhecimento nas artes visuais, o autor equipara as duas artes por meio da manchete em questão.

Trata-se de outro título que também recorre à metáfora sinestésica como recurso expressivo. Aqui, misturam-se duas diferentes sensações: a audição, referente à bossa nova, e a visão, que diz respeito às artes plásticas, fortalecendo a comparação estabelecida na reportagem.

A EXPRESSIVIDADE DAS CORES NAS CONSTRUÇÕES METAFÓRICAS

TODOS ADMIRAM OS VERDES (VEJA, 23/01/08)

A matéria anuncia os carros ecologicamente corretos que consomem menos gasolina ou utilizam combustíveis alternativos. Desse modo, tais veículos são nomeados verdes, numa referência à ecologia, visto ser essa coloração tradicionalmente associada à natureza. É preciso salientar que o jogo com as metáforas de cores é muito expressivo, mas tais relações são culturais, podendo ser compreendidas no

contexto brasileiro, mas não necessariamente fora desse âmbito.

“ECONOMIA VERDE NO VERMELHO” (VEJA, 05/05/04)

A manchete relata os prejuízos que a Alemanha vem sofrendo com uma política ambiental extremada. Notamos duas construções metafóricas. Na primeira, a economia, ciência política, é caracterizada como verde, numa remissão à Ecologia, visto ser essa a coloração tradicionalmente associada à natureza. Tal expressão também se refere ao Partido verde que integra o governo alemão.

Já a expressão “no vermelho” diz respeito à crise na economia. Tal cor está, em nossa cultura, relacionada ao sinal de alerta, numa provável referência a sangue ou fogo, que podem indicar perigo iminente, daí a relação com a crise.

O CASO DO CAPITALISTA VERMELHO (VEJA, 09/08/06)

Refere-se ao empresário Yin Minghan, presidente do maior grupo privado da China. Numa nação comunista, ele se destaca por não ter o Estado como sócio. Aqui, o vermelho está associado ao comunismo, uma vez que a bandeira vermelha é o emblema da esquerda revolucionária. Isso ocorre porque tal cor simboliza não só o sangue, vertido em lutas históricas, mas também o desafio, pois, no século XV, a bandeira vermelha era hasteada em cidades e castelos para declarar que ali não haveria rendição, opondo-se, por conseguinte, à bandeira branca.

Desse modo, a metáfora “capitalista vermelho” destaca o paradoxo de uma economia de mercado em um país oficialmente comunista.

Percebemos, então, que as construções metafóricas não são contextualizadas apenas no plano lingüístico, mas também no sócio-cultural, uma vez que nossos pensamentos e ações são metafóricos por natureza. Tal recurso, portanto, não é privilégio dos grandes escritores, figurando, outrossim, na língua viva e cotidiana.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANAUATE, Gisela. “A bossa nova das artes plásticas”. **In:** *Época*. São Paulo: Globo, n. 501, 24 dez. 2007, p. 104-7.

BARELLA, José Eduardo. “Economia verde no vermelho”. **In:** *Veja*. São Paulo: Abril, ano 37, n.18, 05 mai. 2004, p.121.

BECHARA, Evanildo. *Moderna gramática portuguesa*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2001.

CORRÊA, Rafael. “Todos admiram os verdes”. **In:** *Veja*. São Paulo: Abril, ano 41, n.3, 23 jan. 2008, p.78-9.

CRESSOT, Marcel. *O estilo e suas técnicas*. Lisboa: Edições Setenta, s/d.

FRANCA, Luciana. “Por que ninguém tira a Gisele Bündchen do topo”. **In:** *Isto é independente*. 13 jun. 2007. Disponível em <http://www.terra.com.br/istoe/edicoes/1963/artigo52485-2.htm>

GARCIA, Luiz (Org.) *Manual de redação e estilo*. 27ª ed. São Paulo: Globo, 2000.

GASCON, Claude. “Sem tempo a perder”. **In:** *Época*: Globo, n. 516, 07 abr. 2008. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/1.,EDG80434-5856,00.html>

GUANDALINI, Giuliano. “Empuxo duplo contra a recessão”. **In:** *Veja*. São Paulo: Abril, ano 41, n.5, 6 fev. 2008, p. 50-2.

LAKOFF, George e JOHNSON, Marc. *Metáforas da vida cotidiana*. São Paulo: Educ, 2002.

LOPES, Adriana Dias. “Ossos com vibrações positivas”. **In:** *Veja*. São Paulo: Abril, ano 41, n.4, 30 jan. 2008, p. 72-5.

MORAES, Patrick. “Guerra contra o IPTU”. **In:** *Veja Rio*. São Paulo: Abril, ano 17, n. 2, 16 jan. 2008, p. 24-5.

MURRY, Middleton. “O problema central do estilo”. **In:** *O problema do estilo*. Rio de Janeiro: Acadêmica, 1968.

NÃO empina. **In:** *Veja*. São Paulo: Abril, ano 41, n.2, 16 jan. 2008, p. 97.

O CASO do capitalista vermelho. **In:** *Veja*. São Paulo: Abril, ano 39, n. 31, 9 ago. 2006, pp.174-5.

PLÁSTICA de voz. *Veja*. São Paulo: Abril, ano 37, n.18, 05 maio. 2004, p.79.

POLICARPO JR. “Autópsia da corrupção”. **In:** *Veja*. São Paulo: Abril, ano 41, n.4, 30 jan. 2008, p.46-51.

RCHFELDT, Glads Knak. “Campos semânticos”. **In:** *Polissemia e campo semântico*: Estudo aplicado aos verbos de movimento. Porto Alegre: URGs, 1980.

ROGAR, Silvia. “Sucesso feito sob medida”. **In:** *Veja*. São Paulo: Abril, ano 40, n. 25, 27 jun. 2007, p. 88-91.

TEIXEIRA, Jerônimo. “Os genes falam mais alto”. *Veja*. São Paulo: Abril, ano 37, n.20, 19 maio 2004, pp. 122-3.

ULLMANN, Stephen. *Semântica: Uma introdução à ciência do significado*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1977.