

METÁFORA, ESTILO E CONSTRUÇÃO DE SENTIDO: A REVISTA *PERFIL* EM CENA

Leilane Ramos da Silva (UFS)
leilaneramos@hotmail.com

1. *Primeiras palavras*

A discussão sobre a natureza metafórica da linguagem ganha contornos diferenciados a partir da publicação, em 1980, da obra *Metaphors we live by*, de Lakoff e Johnson, para quem o uso de nossas expressões linguísticas está intimamente atrelado à forma como concebemos o mundo nas mais diversas experiências corpóreas. Diferentemente dos estudos de tradição aristotélica, que entendiam ser a metáfora um adorno ou um desvio utilizado pelo homem para embelezar a linguagem, para esses autores, grande parte do nosso sistema conceptual é metaforicamente estruturado.

No fundamental, sob essa ótica, os falantes, apesar de, em geral, não se darem conta de que estão diante de mapeamentos entre domínios conceptuais, empregam as experiências mais concretas para falarem das mais abstratas. Para validarem essa convicção, Lakoff e Johnson (1980; 2002) destacam algumas das formas metafóricas conceptuais existentes, entre as quais é possível citar uma que é bastante viva na cultura ocidental: DISCUSSÃO É GUERRA, tendo em vista a sua presença numa grande variedade de construções linguísticas (como em *Seus argumentos são indefensáveis*).

À luz desse entendimento e realçando uma perspectiva socio-cognitiva de linguagem (CHIAVEGATTO, 2002), segundo a qual o funcionamento das línguas prescinde de uma integração entre o social e o cognitivo, o presente põe em relevo o estatuto da metáfora conceptual na reportagem de capa (“Retrospectiva”) da edição comemorativa aos 10 anos da revista *Perfil*, uma publicação mensal da Editora Info Graphi, em parceria com a Art&CIA, cujo foco é trazer à tona, entre outros, potenciais turísticos, informações culturais, empresariais, comportamentais e educacionais relativas ao interior sergipano.

2. *Um pouco de teoria*

Por muito tempo, as metáforas foram consideradas como um adorno e mesmo como um desvio utilizado pelo homem para embelezar a linguagem. Pode-se dizer que a tradição retórica iniciada com Aristóteles entendia ser a razão a única fonte de percepção da realidade, desse modo, quando a palavra de ordem fosse objetividade, era impositivo rejeitar o uso de metáforas e de outras figuras de linguagem recorrentes no texto poético.

Assim concebidas, pouca ou nenhuma atenção lhes eram dirigidas enquanto fenômeno cognitivo ou sociocognitivo. Em 1980, porém, com o lançamento da obra *Metaphors we live by*, Lakoff e Johnson trouxeram à tona a ideia de que o uso de nossas expressões linguísticas está intimamente atrelado à forma como nós concebemos o mundo nas mais diversas experiências corpóreas. Em outras palavras, os autores fundaram o entendimento de que “... a maior parte do nosso sistema conceptual é metaforicamente estruturado, isto é, que os conceitos, na sua maioria, são parcialmente compreendidos em termos de outros conceitos”. (LAKOFF; JOHNSON, 2002, p. 127). Nesse sentido:

Os sujeitos que utilizam o sistema linguístico são receptores que processam as informações e geram saídas, baseadas em princípios gerais que são estabelecidos pelos próprios indivíduos, numa incansável atividade diária de interação comunicativa. (ESPÍNDOLA, 2006, p. 107).

Dessa perspectiva, então, as expressões linguísticas são derivadas de processos engendrados na mente – ditos figurativos (LAKOFF, 1987) – que se correlacionam com o contexto social no qual são produzidas. Logo, tais expressões não dispõem de significados primários; pelo contrário, representam ‘pistas’ para o processamento de diferentes significados pelos usuários.

No fundamental, para os referidos estudiosos, compreender o mundo significa processar correspondências entre aspectos similares, que são perceptíveis em termos de domínios experienciais distintos, a saber: um *domínio-fonte* (das experiências mais concretas) e um *domínio-alvo*, em que o primeiro desses é mapeado sobre o segundo. Trocando em miúdos, os falantes, apesar de, em geral, não se darem conta de que estão diante de mapeamentos entre domínios con-

ceptuais, empregam as experiências mais concretas para falarem das mais abstratas.

Para validarem essa convicção, Lakoff e Johnson (2002) sub-categorizam algumas das formas metafóricas conceptuais existentes, entre as quais é possível citar uma que é bastante viva na cultura ocidental: DISCUSSÃO É GUERRA, tendo em vista a sua presença numa grande variedade de construções linguísticas (como em *Seus argumentos são indefensáveis, Ela atacou todos os pontos fracos da minha argumentação, Suas críticas foram direto ao alvo, Destruí sua argumentação, Jamais ganhei uma discussão com ele* e outras). Conforme esses autores, então, mesmo não havendo “... batalha física há uma batalha verbal, que se reflete na estrutura de uma discussão – ataque, defesa, contra-ataque etc” (LAKOFF; JOHNSON, 2002, p. 47). Mais objetivamente,

Discussões e guerras são coisas completamente diferentes – discurso verbal e conflito armado – e as ações correspondentes são igualmente diferentes. Mas DISCUSSÃO é parcialmente estruturada, compreendida, realizada e tratada em termos de GUERRA. O conceito é metaforicamente estruturado, a atividade é metaforicamente estruturada e, em consequência, a linguagem é metaforicamente estruturada. (LAKOFF; JOHNSON, 2002, p. 48)

Segundo esses autores, há três categorias distintas de metáforas conceptuais da nossa vida diária: a) *estruturais*: estruturam um conceito em termos de outro, sendo responsáveis pela organização do nosso sistema conceptual; b) *orientacionais*: ligam-se à orientação no espaço, organizando um sistema de conceitos em termos de outro a partir de nossas experiências culturais e físicas; e c) *ontológicas*: transformam conceitos abstratos em entidades – coisas ou seres (animais ou humanos).

De modo geral, conceptualizações desse tipo representam informações – arquivadas na mente do falante por meio da relação que mantém em sua vida social – a serem usadas na construção dos sentidos das formas linguísticas. Logo,

os significados não são propriedades das palavras, mas construções que se atualizam na mente dos sujeitos, em correlações que se estabelecem entre a forma manifesta e os contextos nos quais a interação ocorre. O contexto determina qual domínio está ativo e, importando para a construção do significado as informações ali armazenadas, podemos construir o significado do enunciado manifesto. (CHIAVEGATTO, 2002, p. 148)

Fica claro, com base nessa afirmação, que uma expressão linguística X tem o seu significado demarcado a partir de sua relação com o contexto que o ocasiona. Parafraseando: o contexto determina o domínio cognitivo a ser ativado e, nesse sentido, a polissemia também se explica por essa característica, representando um processo ativador de correspondência entre um sentido básico de uma palavra/expressão e suas extensões.

Se apelarmos aqui a uma retrospectiva histórica, a informação é precisa: a partir da célebre dicotomia *langue/parole* proposta por Saussure (1998), a atenção dos linguistas voltou-se ao exame da primeira, sendo a *parole* (fala) excluída dos trabalhos linguísticos. Grosso modo, pode-se dizer que “... as sentenças sempre foram tratadas como coisas, e as estruturas como depósito” (CHIAVEGATTO, 2002, p. 168).

Como bem lembra Chiavegatto (2002), deve-se a Chomsky a inserção de um estudo linguístico centrado nos aspectos mentais. Por outro lado, sabe-se que, embora a definição de competência – capacidade inata que o falante/ouvinte tem de entender um número infinito de frases – de Chomsky (1975) já remeta à presença do sujeito, o considera como um falante ideal, inserido numa comunidade linguística homogênea. Assim, apesar de não negar a existência do sujeito, a Gramática Gerativa descrevia a competência de um sujeito alheio à fala.

A par da ideia de que entender o funcionamento das línguas prescinde de uma integração entre a cognição e o social, o Sociocognitivismo considera que o

... fenômeno linguístico não seria tão autônomo em relação aos demais processos que permitem apreender experiências e transformá-las em algum tipo de linguagem. O sujeito falante, *locus* privilegiado no qual o processo ocorre, é um ser social. (CHIAVEGATTO, 2002, p. 168).

Daí a sua posição intermédia – no sentido de postular uma análise que vise contemplar as duas faces de uma mesma moeda – no trato com a linguagem.

Grosso modo, a par dessa linha de pensamento, dá-se relevância à ideia de que há motivações sociocognitivas e culturais presentes no processo de construção de leitura e de produção de textos pelos editores de uma revista, a partir da constatação de metáforas

conceptuais (estruturais, orientacionais ou ontológicas) presentes na matéria especial dos 10 anos da *Perfil*. Como aponta Sardinha (2007), “As metáforas estão presentes na linguagem da imprensa de forma marcante. Elas são particularmente visíveis em textos de columnistas, que as usam para criar um estilo próprio” (137).

3. *Material de análise: discussões gerais*

A apreciação de metáforas no âmbito de uma revista com edição comemorativa reacende uma discussão sobre a forma tradicional de observar este fenômeno sociocognitivo. Isso porque, se antes a metáfora era vista tão somente como linguagem de rebuscamento, com os estudos desenvolvidos por Lakoff e Johnson, nos anos de 1980, passou a ser foco de análise nas manifestações linguísticas da linguagem ordinária.

Ora, na linguagem da imprensa, como destaca Sardinha (2007), as metáforas conceptuais funcionam como ativadoras de um estilo próprio de quem produz a mensagem. Na realidade, cada dia com mais força, fica comprovado que

As metáforas são recursos retóricos poderosos e são conscientemente usados por políticos, advogados, jornalistas, escritores e poetas, entre outros, para dar mais ‘cor’ e ‘força’ a sua fala e escrita. Elas também são meios econômicos de expressar uma grande quantidade de informação. Ao mesmo tempo, são um modo simples de expressar um rico conteúdo de ideias, que não poderia ser bem expresso sem elas. As metáforas também criam uma relação de proximidade com o ouvinte, o leitor ou a plateia, pois ao ‘entender’ a metáfora, o leitor passa a ser cúmplice do falante. (SARDINHA, 2007, p. 13-14)

A revista *Perfil*, lançada no dia 26 de janeiro de 1998 no município de Itabaiana-SE, não escapa a essa feição, pelo contrário, deixa transparecer, desde o momento do seu nascedouro até a atualidade, o realce de metáforas conceptuais as mais diversas e estas contribuem sensivelmente para a criação do estilo do responsável pela matéria, dando contornos distintos às belezas culturais e, principalmente, aos potenciais turísticos das cidades do interior sergipano destacados no corpo de suas matérias.

Na sua primeira edição, aproveitando-se da prévia da Micarana (carnaval fora de época dos itabaianenses), a revista propunha-se

a divulgar os fatos importantes e genuínos do interior do Estado de Sergipe validando o uso de metáforas conceituais de modo bem visível, como em (1) "... *enchendo* de orgulho os itabaianenses através da sua história de luta e perseverança". (*PERFIL*, 2008)

Nesse excerto, percebe-se já de frente a presença da metáfora do *recipiente*, ou seja, aquela por meio das qual "conceitualizamos muitas coisas concretas ou abstratas como sendo recipientes (...) nosso corpo pode ser visto metaforicamente como um recipiente para as emoções" (SARDINHA, 2007, p. 120). Nesse exemplo, o corpo é visto como um recipiente para os sentimentos (orgulho e alegria).

Do que se sabe, a revista é a única que tem como foco retratar os fatos do interior de Sergipe e, se a princípio se limitava a mostrar o cotidiano da sociedade itabaianense, aos poucos passou a centrar sua atenção para os demais municípios do interior sergipano. No início, tinha em média 20 páginas e a era tiragem era de 2000 revistas, hoje esses números foram em muito acrescidos: 60 páginas, 12.000 exemplares, respectivamente. Vale frisar, inclusive, que a revista conta hoje, também, com uma página na internet (www.revistaperfil.com.br).

Do ponto de vista da formatação, apenas as capas e poucas matérias internas eram registradas em cores variadas, sendo a sua maior parte feita em papel apergaminhado com fonte azul e/ou preta. Agora, a revista apresenta um conjunto variado de cores e muitas figuras em todas as suas seções. Divide-se em três partes principais: i) *Seções*: Converse com o leitor, Entrevista, Registrando, Especial, Espaço literário, Sociedade, Cinema, Perfil Marketing, Garota Perfil, Balada; ii) *Cidades*: Dorés, Itabaiana, Lagarto, Glória, Aracaju, Malhador e Pinhão; iii) *Colunas*: Saúde, Empreender, Comportamento, Ponto de vista e Contos e causos.

Como dito antes, em 2008, a revista *Perfil* fez aniversário de 10 anos de circulação e sua reportagem de capa, 100, nº 2, Especial – 10 anos, reuniu todas as capas das edições anteriores, de modo a fazer uma retrospectiva do trabalho prestado à comunidade do interior sergipano. Assim caracterizada, apresenta 11 seções distintas:

1998 O início de tudo. Nasce a *Perfil*, uma revista com um propósito de mostrar, a princípio, as belezas culturais e, principalmente, os potenciais turísticos da cidade de Itabaiana;

- 1999 Revista *Perfil* recebe título de Colaborador do Movimento Lojista.** A *Perfil* e os primeiros sinais de um jornalismo moderno;
- 2000 Dois anos de trabalho produtivo.** Novas mudanças, com o que há de mais novo, em conceito de diagramação, dando uma nova cara a revista que continua sendo a maior e agora, mais moderna, do interior sergipano;
- 2001 *Perfil* alcança novos horizontes e alcança todo o Estado.** O objetivo agora é crescer e alcançar novas cidades. O limite? O mundo;
- 2002 Revista *Perfil* recebe o título de “Honra ao Mérito”.** O ano de 2002 foi marcado pelas homenagens à seriedade e imparcialidade com que a *Perfil* divulgava o dia-a-dia dos sergipanos;
- 2003 Cinco anos difundindo valores e cultura.** Com os olhos postos no futuro e um sentimento de maior idade, a *Perfil* leva até os leitores cada vez mais informação e entretenimento a serviço da cultura do nosso Estado;
- 2004 Com 59 edições a revista *Perfil* já se torna um marco.** Há seis anos a revista reflete de maneira mais viva e aguda o que está acontecendo ou está para acontecer no Estado e no país;
- 2005 As mudanças visíveis permitem a chegada ao exigente mercado editorial aracajuano.** A *Perfil* continua a investir num elenco de colunistas que se expande. Inclui nomes como o do conselheiro empresarial Luis Marins, que muitos sergipanos conhecem através das páginas da revista;
- 2006 Revista *Perfil* completa oito anos de dedicação e trabalho.** Em 2006, a *Perfil* é mais que um projeto consolidado cujo desafio a partir de então é ampliar sua distribuição aumentando a credibilidade que o leitor já demonstra ter pela revista;
- 2007 Nove anos de liderança consolidada e público maior.** Em 2007, a *Perfil* exibe a força popular. Aumenta a participação do comércio sergipano e o leitor é nosso maior colaborador;
- 2008 *Perfil*: à frente do seu tempo e gerando frutos.** Chegamos a 2008. A revista continua sendo um marco, fazendo história, e atingindo 100 edições em uma década de registro e fatos.

Pela exposição da reportagem de capa acima discriminada, vê-se o quão fecunda parece ser a edição especial para observação do estatuto das metáforas conceptuais inerentes aos enunciados inscritos nas reportagens, afinal, funcionam como instrumento natural do jornalista para estruturar seu pensamento. Nos comentários acima, por exemplo, podemos reconhecer uma metáfora bastante recorrente: MAIOR É MELHOR: (2) "Em 2006, a *Perfil* é mais que um projeto consolidado cujo desafio a partir de então é ampliar sua distribuição aumentando a credibilidade que o leitor já demonstra ter pela revista" (*PERFIL*, 2008).

Decorre dessa singularidade a escolha de apenas essa reportagem de capa da edição especial dos 10 anos da *Perfil* para servir de *corpus* ao desenvolvimento do presente projeto de pesquisa citado na seção 1, já que congrega todas as outras manchetes veiculadas nos demais anos de circulação e, por isso, ao tempo que destaca a importância e dimensão desse trabalho junto à sociedade sergipana, mobiliza diferentes tipos de metáforas conceptuais, traduzindo um estilo peculiar de organização discursiva.

A análise até então realizada voltou sua atenção para a identificação das categorias conceptuais destacadas em Lakoff e Johnson (2002), a saber: *estruturais*, *orientacionais* e *ontológicas*, tratadas na seção 2. O resultado global deste primeiro rastreamento pode ser conferido no seguinte quadro:

Metáfora	Tipo	Ocorrência
A <i>PERFIL</i> É UM SER VIVO	Ontológica/personificação	49
RECIPIENTE	Ontológica	4
MAIS É MELHOR	Estrutural	18
MENOS É MELHOR	Estrutural	1
MAIOR É MELHOR	Estrutural	27
BOM É PARA BAIXO	Orientacional	1
MUDANÇA É MOVIMENTO	Estrutural	16
SURGIR É INOVAR	Estrutural	5
VIDA É GUERRA	Estrutural	2

Quadro n°1: Distribuição das metáforas nas capas

Como podemos constatar, há um número significativo de expressões metafóricas, um total de 49 ocorrências, que são manifestas por meio de uma personificação: *A PERFIL é um ser vivo*. Paradoxalmente, há apenas 1 (uma) ocorrência da metáfora orientacional

Bom é para baixo. Vale destacar, ainda, o uso irreverente do verbo “surgir” como forma de destacar as inovações que a revista trouxe e traz para o estado de Sergipe. Daí a menção à metáfora conceptual **Surgir é inovar** no quadro acima. A propósito desse peculiar, também a metáfora do movimento (correspondência entre a percepção do movimento e a consciência de uma transformação na circunstância dos eventos no mundo, como em “... a *Perfil* deu mais um grande salto...”) é realçada com o objetivo de mostrar as transformações que a revista passou no campo editorial.

No mais, vale reafirmar que a identificação dessas metáforas no *corpus* demonstra o quanto estas estão presentes no texto publicitário e, por que não dizer, no cotidiano, sem que nos apercebamos disso. Como destacam Lakoff e Johnson, estamos sempre “conceitualizando uma coisa em termos de outra (2000)”. Isso, sem dúvida, não se subordina à condição de “ornamento” ou recurso estilístico, porque está arraigado no nosso sistema conceptual e se define culturalmente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

2008. Retrospectiva: matéria completa dos 10 anos com todas as capas. *Perfil*, 100, ano 11, nº2, Edição Especial – 10 anos.

CHIAVEGATTO, Valéria Coelho. Gramática: uma perspectiva sociocognitiva. In: *Pistas e travessias II*. Bases para o estudo da gramática, da cognição e da interação. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002. pp. 131-212.

CHOMSKY, Noam. *Aspectos da teoria da sintaxe*. Coimbra: Arménio Amado, 1975.

ESPÍNDOLA, Lucienne. Metáforas conceptuais em editoriais com tema sobre economia. In: *Revista do Grupo de Estudos Linguísticos do Nordeste – GELNE*. João Pessoa, vol. 08, ½, 2006.

LAKOFF, George & JOHNSON, Mark. (Coordenação de tradução: Maria Sophia Zenotto). *Campinas: Mercado de Letras*, 2002. (Coleção As Faces da Linguística)

SARDINHA, Tony Berber. *Metáfora*. São Paulo: Parábola; - (lingua[gem]; 24), 2007.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de linguística geral*. 17 ed. São Paulo: Contexto, 1998.

www.revistaperfil.com.br. Acesso em: 27 de março de 2009.