

ENTRE O “CORTEJAR” E O “CATAR”:
AS METÁFORAS DO AMOR ATRAVÉS DOS TEMPOS

Ana Paula Ferreira (UERJ)
anapaferr@gmail.com

1. Introdução

Reconhecendo o amor como uma construção histórico-social, e, conseqüentemente, as alterações existentes nas representações acerca dos relacionamentos amorosos, o presente estudo tem como objetivo verificar o conceito de amor existente em uma mesma produção impressa, comparando as formas de relacionar-se privilegiadas atualmente com as da década de 60.

Para tanto, conta com a linguística cognitiva, em especial com a teoria da metáfora conceptual (LAKOFF e JOHNSON, 1980 e 1999; KÖVECSSES, 2002 e 2005). Através das metáforas utilizadas na conceptualização do amor, destacadas nos artigos da revista feminina *Capricho*, confrontando edições recentes (2009 e 2010) com dos anos 60, busca-se refletir sobre possíveis mudanças no modo de relacionar-se, assim como sobre os papéis atribuídos ao homem e à mulher.

Duvidamos de uma pretensa universalidade e imutabilidade de qualquer sentimento e atribuímos, portanto, às relações sociais e culturais papel de destaque na reflexão acerca dos relacionamentos amorosos.

2. Metáfora e cognição

O estudo acerca das metáforas remete ao século IV a.C.. Na Grécia Antiga, Aristóteles a apresenta como “a transposição do nome de uma coisa para outra, transposição do gênero para a espécie, ou da espécie para o gênero, ou de uma espécie para outra, por via de analogia.” (1964, p. 304). Com o passar do tempo, a categoria proposta por Aristóteles foi sendo desmembrada em outras figuras de linguagem, e a metáfora, hoje, pode ser definida pelo senso comum como a figura que faz uma comparação implícita entre duas coisas, entidades ou assuntos não relacionados. Desse modo, a metáfora seria usada apenas com finalidades artísticas, como um elemento acessório que “enfeita” o discurso, longe, no entanto, de ser essencial na comunicação.

Contudo, a partir de 1980, com a publicação de *Metáforas da Vida Cotidiana*, de George Lakoff e Mark Johnson, a metáfora passa a não mais ser considerada como um ornamento, mas como um processo importante do pensamento humano. De acordo com os autores, a metáfora tem o objetivo de auxiliar na compreensão de determinados conceitos, sendo empregada comumente no dia a dia por todas as pessoas.

A abordagem cognitiva ressalta que “uma metáfora conceptual é uma maneira convencional de conceitualizar um domínio de experiências em termos de outro [...]” (LAKOFF e JOHNSON, 1999, p. 4), quase sempre de modo inconsciente. Ou seja, ela é chamada de conceptual porque fornece o conceito de algo.

Domínio é o nome dado à área do conhecimento ou experiência humana. Na metáfora conceptual, há um domínio conceptual A, o qual é bem-estruturado e significativo, chamado de domínio-fonte; geralmente é algo concreto, que faz parte da experiência. Há também um domínio conceptual B, chamado de domínio-alvo, o qual necessita de estruturação para que possa ser compreendido. É o domínio ao qual se deseja conceitualizar. Há, então, uma projeção metafórica, que liga o domínio-fonte ao domínio-alvo. Essa projeção é motivada naturalmente por uma correlação estrutural que associa A e B. (LIMA, FELTES e MACEDO, 2008, p. 138).

Quando se afirma que um dado conceito é compreendido a partir de outro, considera-se que essa compreensão é alcançada a partir de uma série de correspondências sistemáticas entre os dois domínios; assim, elementos conceptuais do alvo correspondem a elementos conceptuais da fonte. Essas correspondências conceptuais sistemáticas são chamadas de mapeamentos (*mappings*).

O mapeamento pode erroneamente sugerir que a metáfora existe devido à similaridade entre os elementos conceptuais do alvo e da fonte, ou seja, que a metáfora realiza uma “ligação” entre elementos pré-existentes comuns aos dois domínios. Entretanto, é a utilização do domínio-fonte que faz com que o domínio-alvo passe a ter os elementos conceptuais da fonte. Em suma, é o conceito que se tem da fonte que “cria” o conceito do alvo. Os elementos do alvo não são pré-existentes, mas advêm do domínio-fonte. Compreender, então, uma metáfora significa efetuar o mapeamento entre a fonte e o alvo.

As metáforas conceptuais motivam a utilização de expressões linguísticas metafóricas, as quais, por sua vez, são as evidências das metáfo-

ras conceptuais que lhes são subjacentes. Ou seja, as expressões linguísticas são as manifestações (modo de falar) das metáforas conceptuais (modos de pensar), e é através do uso das expressões linguísticas que a existência das metáforas conceptuais é revelada.

Através do exemplo O AMOR É UMA VIAGEM (as metáforas conceptuais são sempre grafadas em caixa alta), torna-se claro que o conceito de amor é obtido a partir do conceito de viagem. O amor é o domínio-alvo, aquele a que se quer atribuir um conceito, e viagem é o domínio-fonte, a partir do qual o amor é conceptualizado. Essa metáfora conceptual possibilita a utilização de expressões linguísticas tais como: “nosso casamento não está indo bem”, “esse relacionamento chegou a um beco sem saída”.

Para essa metáfora conceptual, Sardinha (2007, p. 31) fornece os seguintes mapeamentos, entre outros:

- Viajantes: marido e mulher;
- Mapa da viagem: planos futuros da vida a dois;
- Destino da viagem: relação feliz a dois;
- Deslocamento tranquilo na viagem: relação sem problemas.

Sardinha ainda sinaliza que se uma viagem longa é monótona ou cansativa, um casal que vive há muito tempo junto pode se cansar do relacionamento ou achá-lo monótono. Esses seriam desdobramentos, ou seja, as inferências que podemos fazer a partir de uma metáfora conceptual.

A maior parte das experiências sociais, morais, psicológicas e emocionais são estruturadas metaforicamente, assim sendo, o estudo das metáforas apresenta-se como fundamental para a compreensão de uma determinada cultura, a partir da conceptualização de suas experiências.

Pode-se concluir que a metáfora conceptual perpassa muito da vida social, artística, psicológica, intelectual e cultural. Em outras palavras, seu estudo possibilita um melhor entendimento sobre as pessoas e os sentimentos; enxergar criticamente como grupos sociais enquadram o mundo.

3. O material de análise: a revista *Capricho*

Com o intuito de observar possíveis alterações na conceptualização do amor ao longo de cinco décadas, foram selecionados artigos sobre

relacionamentos amorosos em doze edições da revista *Capricho*: quatro edições da década de 60 (de maio de 1960 a dezembro de 1969) e oito edições de 2009 e 2010 (de março de 2009 a março de 2010). A coluna selecionada para coleta de material nas edições da década de 60 foi “O coração pergunta e Marga Mason responde”, e, nas edições atuais, optou-se pela observação da coluna “Conversa de banheiro”. A semelhança de proposta entre as duas colunas, um bate-papo informal com a amiga leitora, com muitos conselhos e orientações sobre comportamento (em especial, o comportamento amoroso) foi a principal razão pela escolha de ambas. Destaca-se como diferença a utilização de cartas nas edições antigas e a de enquetes realizadas no site da revista nas edições recentes. Além disso, enquanto aquelas traziam de forma explícita a voz de uma autoridade (Marga Masan), estas contam com as contribuições de psicólogos, escritores e professores, mas a voz desses profissionais é sinalizada somente em uma nota de rodapé, conferindo, assim, seriedade ao que está sendo discutido, mas sem intimidar a leitora.

A escolha de artigos da revista *Capricho* para análise não foi fortuita. A mais tradicional revista feminina acompanhou a mudança dos tempos, foi sendo alterada conforme seu público-alvo e, atualmente com tiragem de 250.000 exemplares por edição, permanece como líder de venda em seu ramo.

Criada em junho de 1952, com o slogan “a revista da moça moderna”, *Capricho* foi a segunda revista lançada pela Editora Abril e a primeira no Brasil destinada especificamente para o público feminino. Tratava-se de uma publicação de formato pequeno, que tinha como público-alvo mulheres casadas ou em busca de um casamento. Durante muitos anos, foi constituída por fotonovelas e o foco de suas reportagens era a manutenção do lar, com dicas de como ser uma boa esposa e dona de casa.

Em quase seis décadas, *Capricho* passou por diversas mudanças, entre elas, uma série de reformas gráficas e editoriais, e, aos poucos, as moças casadoiras e jovens senhoras donas de casa foram sendo substituídas. Para não perder o mercado editorial, a Editora Abril decidiu, na década de 80, apostar em um público até então inexplorado, as adolescentes.

Em 1999, devido a uma mudança na direção da revista, cresce a ideia de ampliar a faixa etária desse público, buscando chegar às meninas

que estão vivendo a adolescência, independente de suas idades, bastando que a garota se identifique como adolescente.

4. As metáforas do amor através dos tempos

As expressões linguísticas metafóricas relativas ao amor foram destacadas manualmente, através da leitura de cada artigo. Após criteriosa observação, as expressões identificadas possibilitaram a identificação das metáforas conceptuais que as licenciaram.

4.1. AMOR É NEGÓCIO / INVESTIMENTO FINANCEIRO

ANOS 60

(1) Minha mãe disse que eu posso não me importar agora mas depois de alguns anos de casada isso fará o casamento fracassar.

(2) Amo-o demais e tenho medo de perdê-lo. Não acha que após tão longo namoro já está em tempo de decidir a situação e ficarmos noivos?

(3) O amor exige reciprocidade e acontece quando menos se espera. (4) Esse homem não lhe oferece praticamente nada e deveria encarar o casamento e a família com maior seriedade e mais juízo.

2009/2010

(1) Escolha bem o seu alvo. Parte importante da caça aos pequetes é saber em quem vale a pena investir.

(2) Avalie seu namoro [...]. Faça um balanço: o garoto dá algum motivo para achar que faria mal a você?

(3) Administre os pequetes. Se sair catando mais de um, pode ser que você acabe se enrolando na folia.

(4) Se você acha que não poderá voltar a confiar nele, talvez seja a hora de pensar se esse namoro vale a pena mesmo.

(5) Mas economize esse recurso para valorizar seus sentimentos.

4.2. AMOR É CONTO DE FADAS / ENCANTAMENTO / ILUSÃO

ANOS 60

(1) Espere sem pressa o seu príncipe encantado e muitas felicidades.

(2) Se o homem que a corteja é correto e bondoso, vocês devem recebê-lo com toda a simpatia.

(3) Os verdadeiros príncipes encantados não procuram as transviadas para se casarem: procuram as meninas ajuizadas e sensatas!

(4) Meu marido fugiu com outra. Agora estou sendo cortejada por um rapaz, que quer viver comigo mas não aceita meus filhos.

(5) Mas amo-o assim mesmo, porque quem ama não vê defeitos no ser amado.

(6) Amiga, abra os olhos! Noivo ou não, esse rapaz não serve para você.

2009/2010

(1) Mas se ligue para não se assustar demais quando o feitiço passar, tá?

(2) Cega de amor? Muita gente se apaixona por um sapo pensando que é príncipe.

(3) O amor-próprio é o melhor colírio para essa cegueira.

(4) No começo, era tudo lindo, mas depois eu pude ver que o príncipe encantado também tinha defeitos. Estava tão iludida que não consegui aceitar como ele era de verdade.

4.3. AMOR É GUERRA

ANOS 60

(1) Seu casamento está sendo estragado pela rotina [...]. A mulher tem muito mais habilidade que o homem para enfrentar essas situações.

(2) Um casal deve enfrentar os problemas que surgem. Já que a culpa nunca é de um só.

(3) Os dois devem lutar juntos para uma solução. [...] Diga ao seu marido que o ama e quer salvar o casamento.

(4) [...] Você fez bem fugindo dele e deveria continuar a fugir.

(5) E estude a reação dele. Se ele desistir de você, é porque tem mesmo outra. Assim, você não fará papel de boba e terá a satisfação de ter desistido do namoro primeiro.

2009/2010

(1) Mas bombardeá-lo de perguntas pode ser bem assustador e ele pode mentir se quiser.

(2) Dez SMSs que vão deixá-lo caidinho. Não importa a hora nem o lugar, você pode conquistar o cara sempre!

(3) Surpreender seu namorado só pra dizer algumas letrinhas apaixonadas é, além de inesperado, tiro e queda.

(4) No fim, vocês sempre fazem as pazes, já que terminar, para você, é uma estratégia para dar fim a um conflito e não à relação.

Como pôde ser observado nas edições da década de 60, ter sucesso no amor era sinônimo de um bom casamento, um compromisso com homem sério, que poderia cuidar de sua família.

Esses homens, provedores, cuidadores, corretos e bondosos eram os verdadeiros príncipes encantados, que procuravam por garotas ajuizadas e sensatas.

Obstáculos poderiam aparecer no relacionamento (rotina, outras pessoas, trabalho cansativo do marido), mas, sendo o amor verdadeiro, o casal deveria lutar junto, sendo a mulher portadora de maior habilidade nessa guerra.

Podia ser que homem e mulher viessem a se encontrar em posições opostas. Quando isso acontecia, à mulher cabia fugir, ela poderia somente ter o “gostinho” de desistir primeiro.

Nas edições recentes, verificam-se relações pautadas pelas leis do mercado. A orientação constante dada à leitora é avaliar, fazer o balanço da relação: vale a pena? O que se ganha com sua manutenção? Não há menção de compromisso, bem diferente da excessiva preocupação com o casamento constatada nas edições antigas. Ao contrário, o que prevalece é o imperativo da curtição e a evitação do sofrimento.

A pessoa com quem se relaciona afetivamente é, a princípio, idealizada, mas, com o passar do tempo, o encantamento acaba e os príncipes viram sapos. O amor cega e o amor-próprio é o melhor colírio para combater essa cegueira: o ser amado não é mais a principal razão da vida da mulher.

A ideia do amor enquanto uma ilusão, assim como a de um negócio, permite a sensação da existência de concorrentes e/ou oponentes, que, curiosamente, são aqueles com quem se relaciona afetivamente.

Quem se apaixona fica sem o controle da situação, perde a guerra. Aquele que não consegue conter a emoção será abatido. O outro é, desse modo, um adversário, alguém que deve ser derrotado para que a vitória seja alcançada.

5. Considerações finais

A identificação das metáforas nos artigos possibilitou o reconhecimento de conceitos que refletem visão de mundo construída socialmente e historicamente.

Como lembra Kövecses (2002, 2005), as metáforas variam porque também são várias as experiências humanas e as preferências cognitivas na criação do pensamento abstrato. As diferentes condições de desenvolvimento, o ambiente físico, o contexto social, as relações de poder, a história de vida de um grupo, diferentes interesses e necessidades são alguns dos motivos de variações metafóricas. As variabilidades metafóricas podem ser igualmente observadas em uma mesma cultura com o passar do tempo; o modo de experienciar o mundo se altera com a construção da história das diferentes gerações.

Comparando a revista *Capricho* da década de 60 com edições recentes, a análise das metáforas destacadas permitiu averiguar as alterações sofridas nos papéis atribuídos ao homem e à mulher. O casamento, anteriormente sinônimo de realização para o sexo feminino, dá espaço a outras prioridades, como o amor-próprio, o bem-estar, a possibilidade de realizar suas próprias escolhas e ter controle de seu caminho. Não há mais príncipes encantados, provedores, necessários para a segurança e para a garantia da realização da felicidade feminina. Homens e mulheres partem agora para a busca pelo controle dos seus caminhos.

A existência de referência aos contos de fada mostra que, apesar de novas regras e negociações, ainda há espaço para uma visão mais romântica. A diferença está no alerta para que a mulher mantenha seus olhos bem abertos, pois é certo que, um dia, a magia não dará mais conta de produzir o encantamento inicial das relações.

A mulher pode combater nessa guerra, mas suas estratégias devem ser sempre sutis, para não afugentar o parceiro. Há ainda, desse modo, certa submissão no comportamento feminino.

Não há a intenção de generalização de resultados. Trata-se de pesquisa qualitativa, específica, restrita a um único instrumento midiático, com recortes temporais. Vale ressaltar que, conforme mencionado, o público da revista também foi se alterando com o tempo, e as jovens donas de casa foram, aos poucos, dando lugar às adolescentes. Estudos futuros, no entanto, podem ser realizados com outros instrumentos. Há múltiplas possibilidades de pesquisas, em que sejam considerados, a par-

tir da identificação das metáforas, não somente os relacionamentos, como também os objetivos de vida, anseios, metas e dificuldades dos seres humanos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARISTÓTELES. Arte poética. In: _____. *Arte retórica e arte poética*. Tradução: Antônio Pinto de Carvalho. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1964, p. 301-309.

KÖVECSSES, Zoltán. *Metaphor: a practical introduction*. New York: Oxford University Press, 2002.

_____. *Metaphor in culture: universality and variation*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

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

_____. *Philosophy in the flesh: the embodied mind and its challenge to Western thought*. New York: Basic Books, 1999.

LIMA, Paula; FELTES, Heloísa; MACEDO, Ana Cristina. Cognição e metáfora: a teoria da metáfora conceitual. In: MACEDO, Ana Cristina & FELTES, Heloísa & FARIAS, Emilia Maria (orgs.). *Cognição e linguística: explorando territórios, mapeamentos e percursos*. Caxias do Sul: EducS; Porto Alegre: Edipucrs, 2008, p. 127-165.

SARDINHA, Tony Berber. *Metáfora*. São Paulo: Parábola, 2007.