

Dissertação de Mestrado **RELACIONAMENTOS “NO CAPRICHIO”: AS  
METÁFORAS CONCEPTUAIS DOS AMORES JUVENIS**

Autora: Ana Paula Ferreira ([anapaferr@gmail.com](mailto:anapaferr@gmail.com))

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sandra Pereira Bernardo

Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Área de Concentração: Linguística

Data de defesa: 24/03/2011

**Palavras-chave:** linguística cognitiva, metáfora conceptual, antropologia, sociologia, relacionamentos amorosos.

Reconhecendo a pluralidade das representações acerca dos relacionamentos amorosos, o presente estudo tem como objetivo verificar o conceito de amor existente em produção impressa, averiguando se há uma forma de relacionar-se privilegiada atualmente por instrumento midiático voltado para a juventude. Para tanto, conta com a Linguística Cognitiva, em especial com a Teoria da Metáfora Conceptual, estabelecendo um diálogo desta com estudos da Sociologia e da Antropologia que têm como foco as emoções e/ou os relacionamentos amorosos.

A partir de 1980, com a publicação de *Metáforas da vida cotidiana*, de Lakoff e Johnson, a metáfora passa a ser considerada um fenômeno cognitivo, compartilhado por um determinado grupo de pessoas. As metáforas variam porque também são várias as experiências humanas e as preferências cognitivas na criação do pensamento abstrato.

Desse modo, pensar sobre as metáforas do amor recorrentes em instrumento midiático voltado para a juventude, torna possível a identificação de aspectos da cultura jovem: o modo como esse grupo se relaciona, sua representação de mundo, como o conceito de amor é construído cognitivamente pela faixa etária em questão.

O *corpus* foi constituído por artigos da Revista *Capricho*, selecionados durante doze meses (29/03/2009 a 14/03/2010). O processo de localização das expressões linguísticas, de reconhecimento das metáforas e de categorização das projeções foi feito manualmente, através do método de leitura. Nas edições analisadas, verificou-se a preponderância das seguintes metáforas: AMOR É NEGÓCIO, AMOR É VIAGEM, AMOR É MAGIA, AMOR É GUERRA e AMOR É JOGO.

Nos relacionamentos amorosos juvenis, tratados nesta pesquisa a partir de uma visão feminina, são observados resquícios de ideais do amor romântico. Na teoria, busca-se, ainda, pelo “príncipe encantado”, com esperança de um relacionamento feliz e duradouro. A prática, porém, é outra; as relações amorosas mostram-se cada vez mais efêmeras, superficiais, visando à satisfação imediata, momentânea.

Alguns motivos parecem levar a essa contradição. Um deles é o imperativo do movimento, a eterna angústia contra a sensação de estar perdendo algo. Assumir um compromisso com alguém significa perder a liberdade de deslocamento, deixar de lado outras possibilidades que poderiam ser melhores.

O AMOR conceptualizado como NEGÓCIO, VIAGEM, JOGO comprova a necessidade do movimento, do ato, sinalizada por Bauman (2005). A rotina é apresentada como indesejável; novas negociações e parcerias são formadas a todo o momento, novos trajetos e partidas igualmente iniciam-se constantemente. Os objetivos são sempre os mesmos, não ficar parado, curtir, exercitar a *performance*, garantir o

lucro. Cobranças e controles devem ser evitados, pois impedem a mobilidade e a diversão. Se algo foge desse imperativo, é hora de repensar a validade do relacionamento. O apelo visual aparece fortemente marcado como tática de negociação, combustível para a viagem e técnica de jogo.

A imprevisibilidade diante do futuro é outro motivo igualmente importante. Não há mais garantias, e, assim, compromissos e planejamentos a longo prazo tornam-se sem sentido. Essa imprevisibilidade e a inexistência de fronteiras e de lugares a serem ocupados ampliam as possibilidades, mas a multiplicidade destas acaba por gerar a falta de envolvimento com o que quer que seja. A única certeza que a lógica do consumo capitalista oferece é a de que desejos precisam ser satisfeitos e, quando isso acontece, eles são prontamente substituídos por novos.

Se os relacionamentos podem ser encerrados a qualquer momento, por qualquer uma das partes envolvidas, seja porque não há mais interesse, ou pelo aparecimento de uma nova opção, esse é mais um motivo para que os jovens evitem um envolvimento mais sério. Assim, protegem-se contra sofrimentos futuros, caso venham a ser descartados pelo outro.

Quando pensado em termos de GUERRA e de MAGIA, o AMOR é revelado como algo a ser combatido. Alguém sairá enganado ou derrotado por ele e, conseqüentemente, machucado e decepcionado. O amor cega, leva a nocaute; deixar-se abater ou ser ludibriado por ele gera sofrimento. A solução é não se entregar ao sentimento, aproveitar a convivência com o outro, mas sempre com distanciamento e com a certeza de que não pode confiar nele, que, nesse sentido, passa a ser considerado um adversário. Uma produção visual caprichada é também recomendada como arma de guerra e truque eficiente contra a pessoa com quem se relaciona afetivamente. O corpo,

enquanto matriz da identidade social e personificação da subjetividade, é peça fundamental em uma sociedade que é estética. Nada mais coerente, portanto, que esse corpo seja utilizado como um dos principais (se não o principal) modos de conquista e encantamento.

Observa-se, desse modo, que o almejado amor romântico, especial, eterno, funciona melhor na teoria, de modo idealizado, pois seus benefícios (os jovens reconhecem a existência destes) são incertos e o retorno nem sempre é imediato. Enfim, quando realizado, vem acompanhado de dificuldades, de angústia e de risco, e esse preço é considerado alto demais pelos jovens, que não estão dispostos, ou preparados, a pagá-lo.

Este é um estudo de caráter empírico, analítico e qualitativo. Os resultados obtidos refletiram uma realidade bastante específica, pois, além de construída histórica e socialmente, esta se encontra limitada a um único instrumento de análise, destinado ao público feminino. Estudos futuros, no entanto, podem ser realizados com outros instrumentos para verificar a recorrência (ou não) das metáforas aqui destacadas.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

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