

**ATA Nº 001/CURSO DE GRADUAÇÃO EM LETRAS PORTUGUÊS E ESPANHOL –
LICENCIATURA-2014**

Defesa de Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação da acadêmica Tatiana Percio, do Curso de Graduação em Letras Português e Espanhol – Licenciatura, da Universidade Federal da Fronteira Sul, *Campus* Chapecó, perante a Banca Examinadora.

Aos vinte dias do mês de janeiro do ano de dois mil e quatorze, às quatorze horas, na sala 303, bloco A, do *campus* Chapecó, da Universidade Federal da Fronteira Sul, em Chapecó-SC, reuniu-se, para Defesa de Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação apresentado por **Tatiana Percio**, matrícula 1011800055, intitulado **Entre a cultura e a cognição: metáforas sobre conquista amorosa em revistas femininas para adolescentes**, a Banca Examinadora composta pelos professores: Dr. Diogo Oliveira Ramires Pinheiro (UFRJ) – orientador e presidente; Dra. Morgana Fabiola Cambrussi (UFFS), Dr. Eric Duarte Ferreira (UFFS) e Karen Sampaio Braga Alonso (UFRJ) – arguidores; Dra. Liana de Andrade Biar (PUC-Rio) – membro suplente. O Prof. Dr. Diogo Oliveira Ramires Pinheiro abriu a sessão e logo a seguir passou a palavra à graduanda, para que no prazo de vinte minutos expusesse seu trabalho. Terminada a exposição, passou-se à arguição da Banca Examinadora. A Banca Examinadora decidiu por aprovar () reprovar o trabalho, atribuindo-lhe nota 10,00. Nestes termos, esta ata segue assinada pelos Membros da Banca Examinadora e pela graduanda. Chapecó-SC, vinte de janeiro de dois mil e quatorze.

Dr. Diogo Oliveira Ramires Pinheiro

Dra. Karen Sampaio Braga Alonso

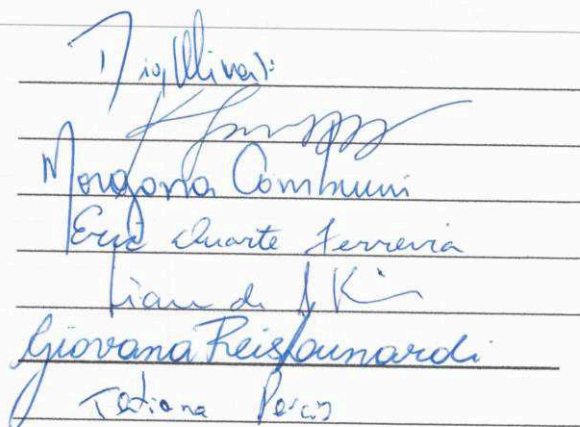
Dra. Morgana Fabiola Cambrussi

Dr. Eric Duarte Ferreira

Dra. Liana de Andrade Biar

Me. Giovana Lunardi

Tatiana Percio


Diogo Oliveira
Karen Sampaio Braga Alonso
Morgana Cambrussi
Eric Duarte Ferreira
Liana de A. Biar
Giovana Reis Lunardi
Tatiana Percio

ENTRE A CULTURA E A COGNIÇÃO: METÁFORAS SOBRE CONQUISTA AMOROSA EM REVISTAS FEMININAS PARA ADOLESCENTES¹

Tatiana Percio²

Resumo: Com o objetivo de contribuir para a compreensão do fenômeno de variação metafórica intercultural, este artigo a investiga segundo perspectiva da Linguística Cognitiva, com base no trabalho de Kövecses (2005). Focalizamos duas línguas, o português brasileiro e o espanhol europeu, a fim de analisar as metáforas relativas ao domínio da CONQUISTA AMOROSA. Do ponto de vista metodológico, selecionamos como *corpus* duas revistas, a revista brasileira para adolescentes *Atrevida* e a revista espanhola para adolescentes *Superpop*, buscando verificar quais são as metáforas utilizadas nas duas revistas no que concerne à conceptualização da CONQUISTA AMOROSA, bem como a frequência de cada uma. Foi possível constatar três tipos de diferenças, nos termos de Kövecses (2005): em relação ao conjunto de domínios-fonte disponíveis, em relação à produtividade de certas metáforas comuns e em relação aos detalhes da instanciação de um esquema metafórico comum.

Palavras-chaves: Metáfora. Variação intercultural. Linguística cognitiva. CONQUISTA AMOROSA.

Resumen: Con el objetivo de contribuir para la comprensión del fenómeno de variación metafórica intercultural, este artículo la investiga según la perspectiva de la Lingüística Cognitiva, envasados en el trabajo de Kövecses (2005). Nos centramos en dos lenguas/culturas, portugués brasileño y español europeo, para estudiar las metáforas relacionadas con el ámbito de la CONQUISTA AMOROSA. Del punto de vista metodológico, seleccionamos como *corpus* dos revistas, la revista brasileña para adolescentes *Atrevida* y la revista española para adolescentes *Superpop*, buscamos verificar cuales son las metáforas utilizadas en las dos revistas con respecto a la conceptualización de la CONQUISTA AMOROSA, y su frecuencia. Fue posible constatar tres tipos de diferencias, en los términos de Kövecses (2005): en relación a los conjuntos de dominios-fuente disponibles, en relación a la productividad de algunas metáforas comunes y en relación a los detalles de la instanciação de un esquema metafórico común.

Palabras-clave: Metáfora. Variación intercultural. Lingüística Cognitiva. CONQUISTA AMOROSA.

¹ Trabalho apresentado como requisito parcial para cumprimento dos créditos relativos ao Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Letras Português e Espanhol – Licenciatura.

² Acadêmica da 8ª fase do Curso de Letras Português e Espanhol – Licenciatura da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS, *Campus* Chapecó. Artigo apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso, orientado pelo Professor Dr. Diogo Oliveira Ramires Pinheiro.

1. Introdução

Desde a antiguidade, a metáfora é objeto de estudo de filósofos e especialistas em retórica. Esta é descrita em uma visão tradicional apenas como um adorno linguístico, utilizado como um recurso literário e meramente com a finalidade de enriquecer ou incrementar a expressividade dos textos. A metáfora foi compreendida como complexa e utilizada apenas como figura de linguagem extraordinária. No entanto, o estudo da metáfora obteve novas perspectivas com o advento da Linguística Cognitiva, principalmente a partir de Lakoff e Johnson (1980). Os autores propuseram conceber a metáfora como um processo da cognição humana. Segundo a linha cognitivista, as metáforas que circulam no cotidiano, na linguagem ordinária, evidenciam a maneira como concebemos o mundo.

Necessitamos metaforizar para compreender o mundo, a nossa cultura, a do outro e a nós mesmos. A metáfora oferece um caminho para essa compreensão porque ela consiste, em linhas gerais, em uma associação analógica entre o que é menos familiar e as experiências e domínios já conhecidos. Ao observar os trabalhos baseados na concepção cognitivista, é possível perceber que a ênfase está na universalidade da metáfora, ou seja, em seu caráter transcultural, sobretudo por conta da focalização no papel do corpo como fonte para projeções metafóricas. Nesse sentido, o interesse principal dirige-se à cognição. Assim, a teoria conceptual da metáfora, embora desafie com sucesso o dualismo entre mente e corpo, deixa ileso a oposição entre indivíduo e sociedade. Mesmo que Lakoff e Johnson (1980) não neguem a relevância da experiência social, não chegam a explorar a fundo esse fator (SCHRÖDER, 2008).

Mais recentemente, alguns trabalhos têm buscado suprir essa lacuna. O principal deles é o livro *Metaphor in culture* (KÖVECSES, 2005), que busca uma integração entre linguagem, cognição e cultura. No Brasil, esse tipo de preocupação pode ser identificado em estudos como Schröder (2008; 2012) e Santarpia *et alii* (2010).

Seguindo essa trilha, este trabalho procurou investigar a variação metafórica, mais especificamente a variação metafórica intercultural, ou seja, entre diferentes culturas, focalizando dois países (Brasil e Espanha). Para isso, optamos por estudar as metáforas relativas ao domínio da CONQUISTA AMOROSA. Do ponto de vista metodológico, selecionamos como *corpus* duas publicações da esfera jornalística: uma revista brasileira para adolescentes (Atrevida) e uma revista espanhola para adolescentes (Superpop), abarcando assim a variação intercultural estudada por Kövecses (2005).

A relevância do presente estudo consiste em expandir as recentes pesquisas que relacionam a teoria conceptual da metáfora com o *frame* cultural evocado por ela. O ser humano realiza projeções metafóricas a partir de experiências básicas e daquilo que é familiar e cognitivamente saliente. Em vista disso, é esperado que a cultura em que se está inserido influencie diretamente na forma de conceptualizar o mundo. E isso é evidenciado por meio da linguagem (SCHRODER, 2012). Assim, nesta pesquisa, ao compararmos as metáforas empregadas em duas publicações de países distintos, buscamos contribuir para a compreensão do fenômeno de variação metafórica intercultural.

2. Fundamentação teórica

Se, inicialmente, os estudos cognitivistas se detiveram sobre a universalidade da metáfora, trabalhos mais recentes têm focalizado a variação cultural das conceptualizações metafóricas. Esta seção acompanha esses dois movimentos: o item 2.1 trata da universalidade, enquanto o item 2.2 se volta para a questão da variação e cultura.

2.1 A universalidade da metáfora

Com os avanços nas pesquisas relacionadas aos processos metafóricos, dentro da Linguística Cognitiva, a metáfora passa a ser concebida como um processo essencial e inerente a todo ser humano. Segundo Lakoff e Johnson (2002, p. 45), “[...] a metáfora está infiltrada na vida cotidiana, não somente na linguagem, mas também no pensamento e na ação.” Ou seja, estes processos são centrais na linguagem porque o próprio sistema conceptual humano, requerido para pensarmos e agirmos, baseia-se fortemente em projeções metafóricas.

As metáforas são relações estabelecidas entre domínios distintos por analogia. Para que isso ocorra, é necessário que um domínio mais familiar e básico ceda características para outro menos familiar ou desconhecido. Nesse sentido, a metáfora é um processo de projeção seletiva de propriedades de um domínio-fonte (mais familiar) para o domínio-alvo (menos familiar). A estrutura do domínio-fonte é mapeada de

forma coerente sobre o domínio-alvo, focalizando um aspecto de um determinado conceito, o que impede de focalizar outros aspectos desse mesmo conceito que sejam inconsistentes com essa metáfora. O exemplo mais comum desse mecanismo é o emprego de termos de um domínio mais concreto para estruturar um domínio mais abstrato, o que é possível pelas correlações encontradas com base na experiência corpórea com o mundo.

O linguista George Lakoff e o filósofo Mark Johnson, no livro *Metáforas da vida cotidiana*, evidenciam linguisticamente o caráter rotineiro dos processos metafóricos. Um exemplo utilizado pelos autores é o conceito de AFETO: nós o ancoramos em nossa experiência corporal, em termos de noções físicas. Este toma características de bases experienciais concretas, como:

- Temperatura

(ex: *Ele é um homem frio*)

- Distância espacial

(ex: *Ela estava distante hoje, em sala de aula*).

De maneira semelhante, o conceito de DISCUSSÃO também se baseia em conhecimentos advindos de experiências concretas, como por exemplo:

- Um prédio

(ex: *Isso sustenta seu argumento*).

- Uma jornada

(ex: *Aonde você quer chegar com isso?*)

- Uma guerra

(ex: *Eu nunca venci uma discussão com ele*).

Lakoff e Johnson (1980) dividem as metáforas em estruturais, ontológicas e orientacionais. As metáforas estruturais dizem respeito aos conceitos metafóricos que são estruturados parcialmente em termos de outro. Ao fazer isso, certos aspectos de um conceito são realçados, enquanto outros são encobertos. Nas palavras de Lakoff e Johnson (2002, p. 57), “quando dizemos que um conceito é estruturado por uma metáfora, queremos dizer que ele é parcialmente estruturado e que pode ser expandido

de algumas maneiras e não de outras”. Exemplos disso são mapeamentos metafóricos como AFETO É TEMPERATURA e DISCUSSÃO É GUERRA.

Outra categoria definida pelos autores são as metáforas ontológicas, que nos permitem conceptualizar eventos, ações e estados, genericamente, como entidades ou substâncias como “ele está imerso em problemas”. É um tipo de mapeamento metafórico bastante geral e abrangente, cuja função é *reificar* certas situações, acontecimentos ou propriedades, tratando-os como seres ou coisas. O que pode ser exemplificado com a metáfora MENTE É UMA MAQUINA, concretizada em orações como “A minha cabeça não está funcionando hoje” e “as minhas engrenagens estão enferrujando”. Segundo Lakoff e Johnson (2002, p. 76), “[...] uma vez que podemos identificar nossas experiências como entidades ou substâncias, podemos referir-nos a elas, categorizá-las, agrupá-las, quantificá-las e, dessa forma, raciocinar sobre elas”.

Por fim, há as metáforas orientacionais, como FELIZ É PARA CIMA, que ocorre em exemplos como “Eu estou de alto astral”. Este estado positivo influencia na postura corpórea, de modo que o indivíduo mantém-se mais ereto. Do mesmo modo, a metáfora conceptual orientacional TRISTE É PARA BAIXO pode se realizar através de enunciados como “Estou me sentindo para baixo hoje”, o que significa que a pessoa está desanimada. Também neste caso, o corpo demonstra o estado de espírito, com ombros e cabeça baixos. Para Lakoff e Johnson (2002) os processos mentais não são autônomos, mas dependentes das experiências, do contato com o mundo, tudo resulta de constructos experienciais.

É preciso notar que Lakoff e Johnson (1999) já haviam considerado a existência de metáforas universais e as particulares a cada cultura. Os autores dividem as expressões metafóricas em metáforas primárias, que são aquelas resultantes da nossa experiência corporal comum e são consideradas universais, e metáforas complexas, que são resultado de conhecimentos e crenças aceitos em uma cultura determinada e circulam nesta, formadas a partir de metáforas primárias. Contudo, esses autores não enfatizam a dimensão da *variação metafórica*. Isso será feito por outros pesquisadores, como veremos a seguir.

2.2 A variação metafórica

A relação entre metáfora e cultura é uma questão que vem despertando o interesse de muitos linguistas, que distinguem as metáforas de culturas específicas daquelas consideradas universais. Algumas metáforas podem ser encontradas em diferentes culturas, porém há outras que são específicas de algumas sociedades ou comunidades. Como Lakoff e Johnson (1980) destacam em relação à metáfora TEMPO É DINHEIRO, embora em nossa cultura o tempo seja um bem valioso, quantificado com precisão (pagamento por hora, taxas diárias), essas práticas são modernas e não existem em todas as culturas. Zoltán Kövecses é o linguista mais citado quando a questão é variação metafórica. Para além das metáforas transculturais, que são aquelas de caráter universal, o linguista investiga tanto a variação metafórica intercultural (entre culturas diferentes) quanto a variação intracultural (dentro da mesma cultura). Nesta seção, discutiremos apenas a questão da variação metafórica intercultural, por ser o único tipo de variação metafórica relevante para a análise que será desenvolvida adiante.

Segundo Kövecses (2005), a variação intercultural pode se manifestar de cinco maneiras diferentes: (i) um mesmo esquema metafórico geral é compartilhado por duas línguas, mas os detalhes da instanciação da metáfora variam de uma língua para outra; (ii) duas línguas usam domínios-fonte diferentes para conceptualizar um determinado domínio-alvo; (iii) duas línguas não coincidem em relação ao conjunto de domínios-alvo que um determinado domínio-fonte pode ser usado para caracterizar; (iv) duas línguas dispõem do mesmo conjunto de domínios-fonte para um dado domínio-alvo, mas há diferenças em relação à produtividade das metáforas de uma língua para outra; e (v) tanto o domínio-fonte quanto o domínio-alvo são únicos³.

O primeiro caso se caracteriza pela existência das chamadas "metáforas congruentes" (KÖVECSES, 2005), em que duas ou mais línguas compartilham um mesmo esquema geral, mas os detalhes das instancias desse esquema são diferentes. Este é o caso da metáfora UMA PESSOA COM RAIVA É UM CONTÊINER PRESSURIZADO, que se manifesta em usos linguísticos como "Estou explodindo de raiva" e "você faz meu sangue ferver". Embora essa metáfora tenha sua universalidade, os detalhes dela podem variar de uma cultura para outra. Por exemplo, um estudo relatado por Kövecses (2005) mostra que, no inglês, a raiva é conceptualizada como um líquido quente, ao

³ Para além dessas possibilidades, Kövecses (2005) menciona ainda o que ele chama de *conceptualizações alternativas de larga escala* ("large scale alternative conceptualizations"), que envolvem a conceptualização de relações espaciais com base no corpo humano ou em seu entorno imediato. Para nós, os casos de variação metáfora tratados pelo autor como alternâncias de "larga escala" se enquadram em alguma das outras formas de variação apresentadas. Por isso, não trataremos desse tipo separadamente.

passo que, no chinês, trata-se de um gás. Portanto, podemos dizer que nesta metáfora existem dois níveis: um nível genérico, em que há universalidade, e um nível mais específico, em que há variação.

A segunda possibilidade diz respeito aos domínios-fonte disponíveis para um determinado domínio-alvo. Aqui, a variação se dá da seguinte maneira: o domínio-fonte que está disponível em uma língua para conceptualizar um determinado domínio-alvo não está disponível em outra língua. Na terminologia de Kövecses (2005), isso significa que há uma diferença *no alcance do domínio-alvo* ("the range of the target").

Um exemplo utilizado por Ferrari (2011) pode nos ajudar a esclarecer esse ponto. Os falantes do português concebem o tempo a partir de duas perspectivas: como um local para onde nos dirigimos ("Já estamos perto do feriado") e como entidade que se desloca ("O tempo voa"). Como destaca Ferrari (2011), o tempo não é palpável, ou seja, não podemos acessá-lo por meio de nossos sentidos, por isso recorreremos aos nossos conhecimentos de espaço e o projetamos para o domínio do tempo.

Porém, esta concepção de que o futuro está à frente e o passado ficou para trás não é compactuada pelos falantes de aymara, língua indígena falada nos Alpes andinos. Uma pesquisa feita por Núñez e Sweetser (2006, *apud* FERRARI, 2011) mostra que o item *nayra*, que corresponderia em português a "olho", "visão", "frente", é usado em expressões que indicam tempo passado, enquanto *qhipuru*, que corresponderia a "costas" ou "atrás", indica tempo futuro. Assim, o passado estaria à frente e o futuro estaria atrás. Isso ocorre pelo fato de que o passado é conhecido e o futuro não se pode ver. Essa diferença exemplifica, para Kövecses (2005), um caso em que duas línguas usam domínios-fonte distintos para um mesmo domínio-alvo: por exemplo, para o domínio-alvo FUTURO, uma língua dispõe do domínio-fonte ATRÁS e outra, do domínio-fonte À FRENTE⁴.

Um outro exemplo de diferença relativa ao *alcance do domínio-alvo* é citado por Kövecses (2005). Segundo este autor, o inglês e o húngaro possuem diversas metáforas para o domínio VIDA, mas não apresentam a metáfora A VIDA É UMA CORDA, que seria comum para os falantes de Hmong (língua falada principalmente no Laos e na Tailândia). Assim, observa-se uma diferença quanto ao conjunto de domínios-fonte

⁴ Outra análise parece ser possível. A metáfora primária em que conhecimentos espaciais se projetam para o domínio do tempo está presente em ambas culturas supracitadas. Assim, o que difere é a maneira específica de projetar elementos espaciais sobre o domínio do tempo nas distintas comunidades. Desse modo poderíamos falar em metáforas congruentes.

disponíveis para a conceptualização do domínio-alvo VIDA no Hmong, em relação ao inglês e ao húngaro.

Outro tipo de variação ocorre quando duas línguas diferem em relação ao conjunto de domínios-alvo a que determinado domínio-fonte pode se aplicar. Um bom exemplo é o domínio-fonte CONSTRUÇÃO. Este domínio dá origem a muitas metáforas e é muito comum nas línguas ocidentais, tais como inglês e o português. Alguns exemplos (dentre muitos outros) são as metáforas TEORIAS SÃO CONSTRUÇÕES (“Cada vez mais, o conhecimento científico é construído por um pequeno número de trabalhadores especializados”), CARREIRA É CONSTRUÇÃO (“Estou construindo minha carreira”), RELAÇÕES SÃO CONSTRUÇÕES (“Leva-se muito tempo para construir uma relação”) e GRUPOS SOCIAIS SÃO CONSTRUÇÕES (“Essa informação vai abalar as fundações da comunidade jurídica brasileira”). No entanto, Kövecses (2005) comenta que, no tunisiano arábico, a situação é diferente: enquanto as metáforas TEORIAS SÃO CONSTRUÇÕES e CARREIRA É CONSTRUÇÃO são plenamente produtivas, os mapeamentos RELAÇÕES SÃO CONSTRUÇÕES e GRUPOS SOCIAIS SÃO CONSTRUÇÕES seriam inexistentes. Nesta caso, temos, então, uma diferença relativa ao conjunto de domínios-alvo ao qual um determinado domínio-fonte pode se aplicar.

O quarto caso diz respeito às *conceptualizações preferenciais* (“preferential conceptualizations”). Essa situação ocorre quando duas línguas/culturas têm as mesmas metáforas conceituais disponíveis para um determinado domínio alvo, mas existe diferença em relação ao domínio-fonte *preferido* ou *mais produtivo*. Um exemplo de conceptualização preferencial aparece em pesquisa descrita por Kövecses (2005), na qual se solicitou que 20 falantes americanos e 20 falantes húngaros produzissem um ensaio sobre a vida. Para motivar a produção do texto, foram apresentadas quatro perguntas: (i) como você conceitua vida humana de maneira geral?; (ii) o que a vida significa para você?; (iii) o que você considera como uma vida bem sucedida?; e (iv) qual é a sua visão da vida, com base nas suas experiências e pensamentos pessoais?. Ao final, o pesquisador mapeou os enunciados metafóricos utilizados em referência ao domínio-alvo VIDA. Entre outros resultados, constatou-se que os americanos conceituaram a vida preferencialmente como um bem precioso e os húngaros, como guerra e luta. É importante notar, contudo, que essa é uma questão de *preferência*, pois ambos os domínios-fonte (BEM PRECIOSO e GUERRA / LUTA) apareceram nos ensaios escritos pelos dois grupos de informantes. Nesse caso, portanto, a variação é uma

questão de escolha, preferência, e não uma questão de indisponibilidade absoluta de um determinado domínio-fonte.

E, por último, há ainda as chamadas *metáforas únicas* (“unique metaphors”). Trata-se das metáforas conceituais culturalmente únicas, tanto no domínio-fonte como no domínio-alvo. Este tipo de metáfora é bastante raro, porém possível. Um exemplo citado por Kövecses (2005) é o caso da fuga de escravos do Sul em direção ao Norte dos Estados Unidos na primeira metade do século 19. Segundo Kövecses (2005, p. 86), “[...]era comum que os escravos conceptualizassem essa fuga como uma viagem de trem secreta”. De acordo com o autor, tanto o domínio-alvo (uma situação específica e temporalmente delimitada na história dos Estados Unidos) como o domínio-fonte (uma viagem de trem secreta mesclada a atividades subterrâneas) são únicos.

Em resumo, Kövecses procura sintetizar e sistematizar as possibilidades de variação metafórica entre duas ou mais línguas/culturas, chegando às seguintes possibilidades: diferenças quanto aos detalhes da instanciação de uma metáfora genérica compartilhada (metáforas congruentes); diferenças relativas ao alcance de um dado domínio-alvo; diferenças relativas ao escopo e aplicação de um determinado domínio-fonte; diferenças quanto à produtividade de uma dada metáfora; existência de metáforas inteiramente únicas, ou seja, casos em que tanto o domínio-fonte quanto o domínio-alvo são peculiares a determinada língua/cultura, não existindo na língua/cultura com a qual se estabelece a comparação.

3. Procedimentos metodológicos

Para observar quais as metáforas são utilizadas quando o assunto é a conquista amorosa, selecionamos como *corpus* duas revistas com a seguinte configuração: uma revista brasileira para adolescentes (Atrevida) e uma revista espanhola para adolescentes (Superpop).

Foram selecionados dez textos de cada revista, observando que todos pertenciam ao gênero textual coluna: na revista Atrevida, a coluna *Ficadas e rolos*; na Superpop, a coluna *Ligue*. Vale destacar que as duas colunas tratam do mesmo tema, as relações amorosas entre adolescentes, o qual é bastante propício para encontrar as metáforas relevantes para este trabalho.

A partir deste momento, as metáforas relacionadas ao domínio-alvo CONQUISTA AMOROSA foram divididas em função do domínio-fonte. Em seguida, procedemos a um levantamento quantitativo, de modo a verificar a frequência de cada domínio-fonte em ambas as publicações. Dessa maneira, a partir desse ranqueamento, buscamos compreender como se dá a variação intercultural das metáforas relativas à CONQUISTA AMOROSA, à luz das categorias de Kövecses (2005) apresentadas acima.

4. Resultados e discussão

Nas 20 colunas analisadas (10 da revista *Atrevida* e 10 da *Superpop*), foram identificados 36 usos metafóricos relacionados ao domínio-alvo CONQUISTA AMOROSA. Destes, 16 foram encontrados na revista *Atrevida* e 20 na *Superpop*. O levantamento dos usos metafóricos relacionados ao domínio-alvo CONQUISTA AMOROSA nas duas revistas mostrou quatro possibilidades de conceptualização desse domínio. Resumidamente, identificamos os seguintes domínios-fonte: GUERRA, JOGO/ESPORTE⁵, NEGÓCIO e MUDANÇA DE ESTADO FÍSICO. Dessa maneira, quatro metáforas conceptuais foram identificadas: CONQUISTA AMOROSA É GUERRA, CONQUISTA AMOROSA É JOGO/ESPORTE, CONQUISTA AMOROSA É NEGÓCIO e CONQUISTA AMOROSA É MUDANÇA DE ESTADO FÍSICO. Exemplos de todos esses usos metafóricos, nesta ordem, podem ser vistos abaixo⁶:

- (1) a. ...deixando que ele perceba que está na sua mira
 - b. O cantor assumiu que sua arma secreta na hora da conquista é o sotaque!
 - c. ¡Te presentamos las últimas técnicas para que caigan rendidos a tus pies!
 - d. Allí, podrás usar tus mejores armas de seducción.

- (2) a. Ele vai valorizar uma conquista mais suada.

⁵ Neste artigo optou-se pela expressão composta "jogo / esporte" pelo fato de os significados de jogo e esporte estarem imbricados, podendo apresentar, a depender do caso, muitos traços comuns, como: prática de exercícios físicos, divertimento, passatempo e existência de regras que devem ser seguidas. De fato, há entre as categorias uma grande zona de interseção.

⁶ A lista dos usos metafóricos identificados, organizada de acordo com o domínio-alvo, está no anexo deste trabalho.

b. É claro que viver a história de Bella e Edward faria qualquer um se apaixonar, mas a gata fez direitinho o jogo da conquista.

c. Es el momento de sacar el chiste que te guardabas en la manga ¡para triunfar!

d. Consigue que sepa que existes ¡y cázalo!

(3) a. Pra começar, pense se realmente quer investir nesse cara...

(4) a. “Tenho um segredo pra te contar. Mas preferia sussurrar no seu ouvido. Se você deixar, claro”. Ele vai se derreter!

Esses exemplos mostram a variedade de formas por meio das quais falantes do português brasileiro e do espanhol europeu podem pensar e falar sobre a situação de conquista amorosa.

No primeiro caso, a situação de conquista é percebida como um evento de guerra. Assim, a conquistadora é vista como um soldado que usa armas e estratégias para alcançar seu objetivo, como se vê em usos como (1a), com o substantivo "mira", e (1b) e (1d), com o substantivo "arma". Já o objeto da conquista é tratado como o alvo de uma operação bélica / militar, como se vê em (1c), com o uso da expressão "caigan rendidos a tus piés".

No segundo caso, a situação de conquista é comparada a um jogo, que pode ou não ser uma atividade que envolve esforço físico. Em (2a) e (2d), o esforço físico fica evidente, ou seja, os "movimentos" da conquista parecem se assemelhar a lances esportivos, a ponto de se poder falar em uma conquista "suada". Já em (2c), o universo de experiências evocado parece ser o de um jogo de cartas. Assim, a piada/brincadeira ("chiste") usada como técnica de sedução é implicitamente comparada a uma carta que fica escondida na manga.

O exemplo (3a) parece evocar o domínio de experiência dos negócios financeiros, pelo uso do verbo "investir". Aqui, a conquistadora não é conceptualizada nem como soldado nem como jogadora, mas como investidora. Assim como os investidores, ela possui uma quantidade limitada de um determinado recurso (seu tempo, seu esforço) e deve decidir o quanto desse recurso ela irá "gastar" com determinado alvo. Para isso, deve avaliar se o alvo trará ou não o retorno desejado. Se a

conquistadora é comparada a um investidor, o alvo da conquista corresponde, na metáfora, ao negócio no qual os recursos limitados podem ou não ser investidos.

Por fim, a conquista amorosa pode ser conceptualizada como uma situação de mudança de estado físico, como mostra o verbo "derreter". A metáfora CONQUISTA AMOROSA É MUDANÇA DE ESTADO FÍSICO parece focalizar o *resultado* da conquista. Sendo assim, o objeto da conquista é entendido metaforicamente como um objeto sólido que passa para o estado líquido quando a sedução surte efeito.

Resumidamente, palavras como "arma", "mira", "suada", "cazar", "rendidos", "investir" e "derreter" revelam um processo de projeção conceptual interdominial. Assim, elementos pertencentes a determinados domínios familiares e concretos de experiência (GUERRA, ESPORTE/JOGO, NEGÓCIO e MUDANÇA DE ESTADO FÍSICO) são utilizados para auxiliar ou permitir a conceptualização de uma situação mais abstrata (a conquista amorosa).

Neste ponto, podemos levantar a questão básica deste trabalho: que diferenças podem ser encontradas na conceptualização da ideia de conquista amorosa nas duas revistas analisadas? Uma primeira diferença relevante pode ser constatada já nos exemplos (1) a (4). Observa-se que apenas na revista brasileira foi possível encontrar os quatro domínios-fonte listados acima. Na revista espanhola, apenas dois desses domínios apareceram: GUERRA e JOGO / ESPORTE. A tabela abaixo resume esse resultado.

DOMÍNIOS-FONTE PARA CONQUISTA AMOROSA	REVISTA ATREVIDA	REVISTA SUPERPOP
Guerra	X	X
Jogo / esporte	X	X
Negócio	X	
Mudança de estado físico	X	

Tabela 1: domínios-fonte para CONQUISTA AMOROSA nas revistas *Atrevida* e *Superpop*

Uma segunda diferença está relacionada com a frequência de ocorrência dos domínios-fonte pesquisados, como que se vê na tabela abaixo.

Revistas	Domínio-fonte 1 Guerra	Domínio-fonte 2 Esporte/jogo	Domínio-fonte 3 Negócio	Domínio-fonte 4 Mudança de estado físico
ATREVIDA	37%	38%	19%	6%
SUPERPOP	75%	25%	-	-

Tabela 2: frequência de ocorrência dos quatro domínios-fonte identificados

Na revista espanhola, a preferência dos falantes para conceptualizar a ideia de CONQUISTA AMOROSA recai por larga vantagem sobre o domínio-fonte GUERRA. Já na revista brasileira, a preferência é dividida entre os domínios-fonte ESPORTE / JOGO e GUERRA. O gráfico que segue representa essa diferenciação entre as duas revistas:

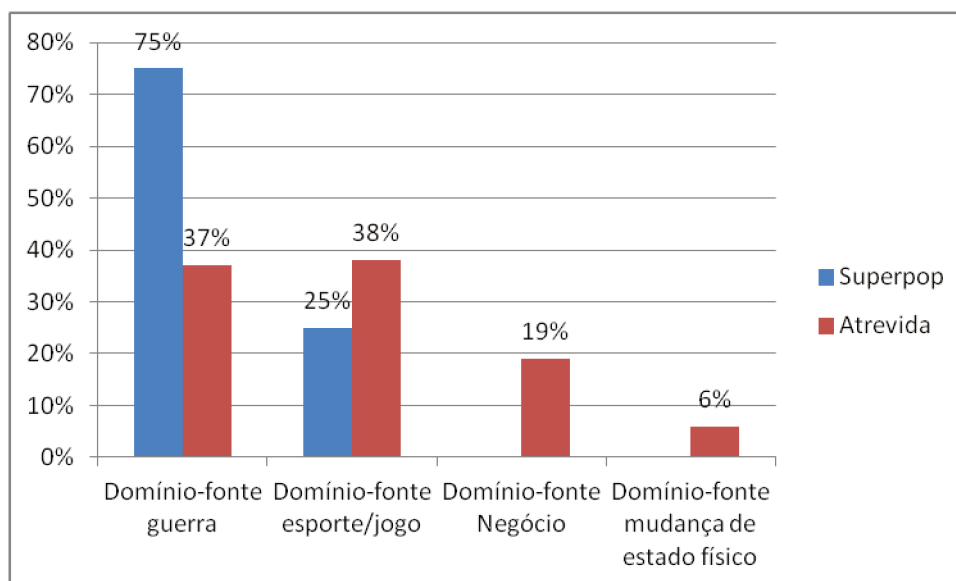


Gráfico 1: frequência de ocorrência dos quatro domínios-fonte identificados

As duas primeiras diferenças identificadas ficam visíveis nas tabelas e no gráfico acima, mas parece existir ainda uma terceira diferença que não é revelada por esse levantamento quantitativo. Na revista *Atrevida*, três enunciados relacionados ao domínio do esporte apresentam o verbo "fiscar", parecendo evocar o universo da pescaria. Já na revista *Superpop*, aparece três vezes o verbo "cazar", evocando assim o domínio de experiência ligado à atividade de caça. Isso parece sugerir tendências diferentes nas duas línguas/culturas pesquisadas no que diz respeito à concretização ou instanciação da metáfora CONQUISTA AMOROSA É JOGO/ESPORTE.

Como interpretar esses resultados com base no tratamento de Kövecses (2005) para a variação metafórica intercultural? Dos cinco tipos de variação intercultural citados pelo autor, três foram encontrados nesta pesquisa. Em primeiro lugar, destaca-se a diferença relacionada ao que Kövecses chamou de *alcance do alvo* ("range of target"). A julgar pelos dados encontrados em nosso *corpus*, o leque de opções de conceptualização para o domínio-alvo CONQUISTA AMOROSA parece ser mais amplo no

português do que no espanhol, uma vez que esta segunda língua não contaria com os domínios de NEGÓCIO e de MUDANÇA DE ESTADO FÍSICO. Sendo assim, teríamos um caso semelhante ao da conceptualização do domínio VIDA por parte dos falantes de Hmong, em comparação com os falantes de inglês e húngaro. Conforme comentado acima, o domínio-fonte CORDA está disponível para a conceptualização da ideia de vida no Hmong, mas o mesmo não pode ser dito do inglês e do húngaro.

No entanto, é possível que a diferença relativa ao *alcance do alvo* identificada por nós reflita apenas o não aparecimento dos domínios NEGÓCIO e MUDANÇA DE ESTADO FÍSICO no *corpus* analisado para esta pesquisa. Talvez a ausência desses domínios no *corpus* pesquisado indique apenas que eles são relativamente menos frequentes no espanhol, em comparação com o português, e por isso seria necessário analisar um número maior de ocorrências a fim de detectá-los. Isso estaria de acordo com a observação de que diferenças quanto ao *alcance do alvo* não são comuns entre línguas e culturas pertencentes à mesma "esfera de civilização", como é o caso do português brasileiro e do espanhol europeu.

Isso nos leva para o próximo tipo de variação identificado nesta pesquisa, que está relacionado ao que Kövecses (2005) chama de *conceptualizações preferenciais* ("preferential conceptualizations"). Segundo este autor, quando se comparam línguas/culturas da mesma "esfera de civilização", é mais comum que as diferenças estejam relacionadas à *preferência* ou *produtividade* de um determinado domínio-fonte do que à completa inexistência desse domínio-fonte em uma língua em comparação com a sua disponibilidade em outra. Nesta pesquisa, verificamos que a produtividade da metáfora CONQUISTA AMOROSA É GUERRA parece ser significativamente maior no espanhol europeu (75%) do que no português brasileiro (37%). Nos dados da revista *Atrevida*, os domínios-fonte GUERRA e ESPORTE / JOGO estão tecnicamente empatados em termos de ocorrência (com 37% e 38%, respectivamente), enquanto na revista *Superpop*, o domínio GUERRA tem larga vantagem sobre o domínio ESPORTE / JOGO (respectivamente, 75% e 25%).

Assim, comparando os domínios GUERRA e ESPORTE / JOGO, observa-se uma distinção de preferência, ou seja, ambos estão disponíveis nas duas línguas/culturas, porém o primeiro parece mais produtivo para a conceptualização da CONQUISTA AMOROSA na revista brasileira. Desse modo, temos um caso semelhante ao da comparação entre as formas de conceptualização da ideia de VIDA por falantes húngaros e norte-americanos. Como vimos, a conceptualização da vida como uma guerra, por

exemplo, apareceu nos textos produzidos pelos dois grupos de informantes, mas foi muito mais frequente nos ensaios produzidos por húngaros.

Vale lembrar que talvez o mesmo raciocínio se aplique aos outros dois domínios-fonte identificados neste trabalho. Assim, é possível que os domínios NEGÓCIO e MUDANÇA DE ESTADO FÍSICO não estejam inteiramente indisponíveis no espanhol europeu, mas sejam apenas menos frequentes ou produtivos do que no português do Brasil, assim caracterizando um caso de *conceptualizações preferenciais* e não mais uma diferença relativa ao *alcance do alvo*.

Finalmente, quando observamos mais de perto os usos ligados ao domínio do esporte, notamos três usos do verbo "fisgar" na revista brasileira e nenhum item lexical fazendo referência ao domínio da caça. Já na revista espanhola se verifica exatamente o contrário, ou seja, três ocorrências do verbo "cazar" e nenhum elemento evocando o universo da pescaria. Podemos interpretar esse resultado como um caso de *metáforas congruentes*. Como vimos, ocorrem metáforas congruentes quando duas línguas/culturas, embora disponham de uma mesma metáfora genérica, apresentam variação nos detalhes da instanciação dessa metáfora. Na comparação entre as revistas *Atrevida* e *Superpop*, vimos que, embora a analogia entre conquista amorosa e atividade esportiva seja comum às duas línguas/culturas pesquisadas, ocorre variação no tipo específico de atividade, sendo a pescaria favorecida como domínio-fonte no português do Brasil e atividades de caça favorecidas como domínio-fonte no espanhol europeu. No nosso *corpus*, não encontramos nenhuma alusão ao domínio da caça (para conceptualização da conquista amorosa) na revista brasileira e nenhuma alusão ao domínio da pescaria (para esse mesmo fim) na revista espanhola. Embora seja possível que *ausência completa* desses domínios se deva a uma limitação do *corpus*, os resultados parecem indicar pelo menos uma tendência em termos de preferência. Assim, temos um caso semelhante à distinção entre o chinês e o inglês para a conceptualização do domínio-alvo RAIVA, ou seja, as diferenças culturais afetam os detalhes da metáfora (se a raiva é conceptualizada como líquido ou como gás), mas não a analogia em nível mais geral (o sentimento entendido metaforicamente como uma substância armazenada no interior do corpo humano).

Em resumo, foi possível constatar nesta pesquisa três dos casos de variação metafórica intercultural listados por Kövecses (2005): diferenças relativas ao *alcance do alvo* (quatro domínios-fonte disponíveis no português brasileiro e dois no espanhol europeu), diferenças quanto à *preferência ou produtividade* de determinados domínios-

fonte (a produtividade do domínio-fonte GUERRA é significativamente maior no espanhol europeu) e diferenças nos *detalhes de instanciação* de uma mesma metáfora geral (as duas línguas/culturas tendem a preferir atividades esportivas distintas para a conceptualização do domínio-alvo em pauta). Contudo, é preciso registrar que algumas dessas diferenças talvez sejam consequências do tamanho limitado do corpus analisado.

5. Considerações finais

Este artigo buscou investigar, com base em Kövecses (2005), a variação metafórica intercultural entre falantes do português brasileiro e do espanhol europeu. O objetivo foi compreender como ocorre a conceptualização da ideia de CONQUISTA AMOROSA por falantes dessas duas línguas. Para isto, selecionamos duas revistas femininas voltadas para o público adolescente (a brasileira *Atrevida* e a espanhola *Superpop*) e analisamos, para cada revista, textos que integravam uma coluna sobre relacionamentos (respectivamente, as colunas *Ficadas e rolos* e *Ligue*).

Ao final, foi possível comprovar três tipos de variação intercultural. Em relação ao *alcance do alvo*, notamos que o número de domínios-fonte na revista brasileira foi quatro (GUERRA, ESPORTE/JOGO, NEGÓCIO e MUDANÇA DE ESTADO FÍSICO) e, na revista espanhola, apenas dois (GUERRA e ESPORTE/JOGO). Sendo assim constatamos, no caso da revista *Atrevida*, um conjunto mais amplo de domínios-fonte possíveis para um mesmo domínio-alvo. Nos termos de Kövecses (2005), o alcance do domínio-alvo parece ser maior no português brasileiro, em comparação com o espanhol europeu.

Em relação às *conceptualizações preferenciais*, constatamos que, na revista espanhola, a preferência é pelo domínio-fonte GUERRA, enquanto na revista brasileira esse domínio-fonte é menos produtivo, dividindo a preferência com o domínio ESPORTE/JOGO. Este é um tipo de diferença esperada quando se comparam línguas/culturas que pertencem à mesma "esfera de civilização" (KÖVECSES, 2005), como é o caso deste trabalho.

Em terceiro lugar, notamos que a conceptualização da conquista amorosa como CAÇA apareceu somente na revista *Superpop*, enquanto o domínio-fonte PESCARIA só foi encontrado na revista *Atrevida*. Entendemos que há neste caso *metáforas congruentes*,

pois uma mesma metáfora geral - CONQUISTA AMOROSA É JOGO/ESPORTE - se atualiza diferentemente em duas línguas / culturas.

Para finalizar, é preciso registrar que uma investigação em um *corpus* mais amplo seria necessária para confirmar ou refutar os resultados desta pesquisa. É possível que domínios-fonte que não foram encontrados neste trabalho sejam identificados em um *corpus* mais abrangente, o que levaria a uma reinterpretação de alguns dos resultados deste trabalho.

Referências

FERRARI, Lilian. **Introdução à Linguística Cognitiva**. São Paulo: Contexto, 2011.

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

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. **Metáforas da vida cotidiana**. Tradução: coordenação de Mara Sofia Zantotto; - Campinas, SP: Mercado de letras, Educ, 2002.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. **Philosophy in the Flesh**. New York: Basic Books. 1999.

ATREVIDA. São Paulo: Escala. Disponível em: <http://atrevida.uol.com.br/>. Acesso em 20 de out. de 2013.

SUPERPOP. Barcelona: Ekdosis. Disponível em: <http://superpop.es/>. Acesso em 11 de out. de 2013.

SANTARPIA, A.; VENTURINI, R.; BLANCHET, A.; CAVALLO, M. Metaphorical conceptualizations of the body in psychopathology and poetry. **Delta**, São Paulo, 26 (1): 435-451, 2010.

SCHRÖDER, U. A metáfora conceptual na prática discursiva culturalmente específica: um estudo sobre letras do *rap*. In: **Cognição na linguagem**. Heronides Moura e Rosângela Gabriel, Org. Florianópolis: Insular. 2012.

SCHRÖDER, U. Da teoria cognitiva a uma teoria mais dinâmica, cultural e sociocognitiva da metáfora, **Alfa**, São Paulo, 52 (1): 39-56, 2008.

Anexo

Tabela 1: Dados da revista *Atrevida*

EXEMPLOS	METÁFORAS
<p>“...deixando que ele perceba que está na sua mira.”</p> <p>“O cantor assumiu que sua arma secreta na hora da conquista é o sotaque!”</p> <p>“Cinco passos para conquistar o cara mais gato do Carnaval</p> <p>Passo 1: foque o alvo.</p> <p>Ok, é carnaval e nada mais natural do estar todo mundo na pista com o radar ligado (para todos os lados). Mas se você quer um gatinho em especial, tenha foco. Se ele sacar que você está mirando nele, no amigo dele e no grupo de meninos do lado esquerdo (e do direito também), corre o risco de ficar apenas no 'Alalaô'... Concentra!”</p> <p>“Na hora da paquera, cada uma de nós temos um jeito de agir. Algumas lançam olhares e ficam na espera do gatinho chegar para conversar, outras já partem para o ataque e começam, elas mesmas, o papo.”</p>	<p>Conquista amorosa é guerra</p>

<p>“Outra estratégia é desenvolver qualidades que ainda não tem, mas que gostaria de ter. Também vale tentar se aproximar da turma dele.”</p> <p>“Curta o momento Para rolar numa boa, a paquera precisa ser legal, em primeiro lugar, para você. Por isso, antes mesmo de se preocupar se a estratégia vai dar certo, tente curtir o momento, sem tentar adivinhar os resultados.”</p>	
<p>“Pra começar, pense se realmente quer investir nesse cara, que é um grosso. Se concluir que sim, então acredite que até os mais durões têm coração e se declare, sem enrolação.”</p> <p>“Invista nas boas maneiras, principalmente quando estiver na casa dele. Isso chama a atenção dos meninos, pode apostar.”</p>	<p>Conquista amorosa é negócio</p>
<p>“ele vai valorizar uma conquista mais suada.”</p> <p>“Cinco passos para você conquistar o superstar do Facebook Ele é superpopular e tem um mooonte de amigos na rede social? Ele é do tipo 'inalcançável', um cara que você sempre sonhou a vida toda. Saiba como se destacar na multidão e fisgar o coração deste gato em meia dúzia de cliques!”</p> <p>“Kristen Stewart conquistou um dos gatos mais desejados do mundo: Robert Pattinson. Mas vocês sabem como esse</p>	<p>Conquista amorosa é jogo/esporte</p>

<p>amor aconteceu? É claro que viver a história de Bella e Edward faria qualquer um se apaixonar, mas a gata fez direitinho o jogo da conquista. Se liga nessas dicas!”</p> <p>“Como conquistar um garoto? Conheci um menino no clube, e começamos a falar pelo MSN. Depois de muitas conversas, me dei conta de que estava apaixonada! Ele deu alguns sinais de que também está a fim, mas, ao mesmo tempo, não consigo saber como conquistá-lo. O que eu faço para fisgá-lo de vez? “</p> <p>“Depois, como quem não quer nada, cante uma música da banda perto dele... E, para encerrar com uma bela jogada: vá embora quando o papo estiver legal.”</p> <p>“Ele deu alguns sinais de que também está a fim, mas, ao mesmo tempo, não consigo saber como conquistá-lo. O que eu faço para fisgá-lo de vez?”</p>	
<p>“Só tome cuidado para não ser melosa demais. Digite: 'Tenho um segredo pra te contar. Mas preferia sussurrar no seu ouvido. Se você deixar, claro'. Ele vai se derreter!”</p>	<p>Conquista amorosa é mudança de estado físico</p>

Tabela 2: Dados da revista *Superpop*

EXEMPLOS	METÁFORAS
<p>“Cada vez son más diferentes las tácticas de ligue que tenemos en nuestras manos para conseguir conquistar el chico que nos gusta... ¡Te presentamos las últimas técnicas para que caigan rendidos a tus pies!”</p> <p>“Instagram: Dedicale a tu chic@ una foto tope divertida, añádele un filtro súper cañero y escribe un mensaje de</p>	<p>Conquista amorosa é guerra</p>

amor. ¡Le tendrás rendido a tus pies! Y además, ¡sabrá que eres una crack de las nuevas tecnologías!”

“Muy chistosos y extrovertidos. No hará falta que te lo curres demasiado para que quede rendido a tus pies. Suelen ser muy enamoradizos, pero no entres a su juego así como así. ¡Que tenga dudas de si te gusta!”

“¿Cómo te lo ligarás este verano? Durante el invierno nuestras tácticas seductoras funcionan súper bien en el insti...pero cuando llega el verano...¿cuáles son los mejores sitios para ligarnos el chico que nos gusta?”

“Sólo tienes que buscar el momento adecuado y proponer a vuestro grupo de amigos una salida a la playa. Allí, podrás usar tus mejores armas de seducción. Ponte un bikini súper sexy y de muchos colores, unas gafas de sol bien grandes y pregúntale si quiere jugar una partida a las palas.”

“¡Desenfunda tus armas de seducción!”

“ - OJOS: la mirada es una de nuestras armas secretas de seducción. ¡Sonríe con tus ojos y les dejarás pasmados!”

“ - PERFUME: nuestro olor dice mucho de nosotros mismos, apuesta por aromas dulces que les dejen ¡cautivados!”

“Tecnología: si quieres cautivarles que vean que te mola la tecnología... ¡quedarán pasmados! Demuéstrales que dominas en las redes sociales, en apps para Smartphones, en vídeo juegos”

<p>“Citas: una cita que les deje fascinados será garantía de éxito ¡fijo! Monta un buen plan que les sorprenda o algo totalmente espontáneo como pedirles que te acompañen a un sitio que no tienes ni idea de cómo llegar... (aunque si lo sepas ;)) Les encanta hacer de guías...”</p> <p>“Lánzate de una vez... ¡y ataca en San Valentín!”</p> <p>“Ahí van unos puntos básicos para que tu táctica de ser inolvidable para él ¡sea infalible!”</p> <p>“TUS ARMAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Para qué está Internet? ¡Para mantener el contacto con todo el mundo y que no se olviden de ti!” <p>“¡Conquistale!</p> <p>Tú tienes todo lo necesario para que esa persona tan especial caiga rendida a tus pies. Así que lánzate ya a pedirle una súper cita.”</p>	
<p>“Conviértete en sus ojos durante las vacaciones y fijo que se empezará a interesar por ti. Además, juegas con ventaja porque puedes saber su cultura, sus tradiciones con facilidad... ¡Lo tienes muy fácil con ellos.”</p> <p>“Es el momento de sacar el chiste que te guardabas en la manga ¡para triunfar! Si se lo cuentas bien, fijo que se ríe.”</p> <p>“Consigue que sepa que existes ¡y cázalo!”</p> <p>“Con los chicos... ¡hay que jugar con ventaja! Para aproximarnos a ellos es imprescindible tener una guía sobre todo lo que se cruza por sus mentes cada vez que</p>	<p>Conquista amorosa é jogo</p>

nos ven.”

“A mí me va más el rollo de que me cacen que de cazar.

Me encanta ver cómo os la ingeniáis para seducir.

Cuando queréis, no hay quien se resista a vosotras», Nick

Jonas.”