

METAFORIZAÇÃO EM DISCURSOS JORNALÍSTICOS: UMA ANÁLISE DO JORNAL TRIBUNA DO PARANÁ

FABIANA PELINSON

Universidade Federal do Paraná
Curitiba, Paraná, Brasil
e-mail: fabianapelinson@gmail.com

ELIAS JOSÉ MENGARDA

Universidade Federal de Santa Catarina
Florianópolis, Santa Catarina, Brasil
e-mail: eliasmengarda@yahoo.com.br

METAFORIZAÇÃO EM DISCURSOS JORNALÍSTICOS: UMA ANÁLISE DO JORNAL TRIBUNA DO PARANÁ

Resumo: Este artigo dialoga sobre a utilização de metáforas em discursos jornalísticos do jornal impresso Tribuna do Paraná. Como aportes teóricos foram utilizados os conceitos propostos por Lakoff e Johnson (2002). Os resultados comprovam a Teoria da Metáfora Conceptual, confirmam que a visão tradicional é reducionista e que as metáforas constituem um expressivo recurso linguístico.

Palavras-chave: Metáfora; Jornalismo; Linguagem; Teoria da Metáfora Conceptual.

METAFORIZACIÓN EN DISCURSOS PERIODÍSTICOS: UN ANÁLISIS DEL PERIÓDICO TRIBUNA DO PARANÁ

Resumen: Este artículo discute acerca del uso de metáforas en el discurso periodístico diario impreso Tribuna do Paraná. Como marco teórico se utilizaron los conceptos propuestos por Lakoff y Johnson (2002). Los resultados confirman la Teoría de la Metáfora Conceptual, confirman que el punto de vista tradicional es reduccionista y que las metáforas son un recurso del idioma expresivo.

Palabras clave: Metáfora; Periodismo; Idioma. Teoría de la metáfora conceptual.

METAPHORIZATION IN JOURNALISTIC SPEECHES: NA ANALYSIS OF TRIBUNA DO PARANÁ NEWSPAPER

Abstract: This article discusses about uses of metaphors in journalistic speeches of Brazilian newspaper “Tribuna do Paraná”. As theoretical framework the concepts proposed by Lakoff and Johnson (2002) were used. The results proves the Theory of Conceptual Metaphor, it confirms that the traditional view is reductionist and that metaphors are an expressive linguistic resource.

Keywords: Metaphor; Journalism, Language; Theory of Conceptual Metaphor.

1 INTRODUÇÃO

Propomo-nos, com este artigo, romper com a visão tradicional da metáfora e o seu uso a partir da tese de Lakoff e Johnson (2002), onde a metáfora representa uma figura de pensamento, que subjaz nossa linguagem e também nossas ações. Dessa forma, entende-se que as metáforas representam um fenômeno central da linguagem e do pensamento, constituindo assim um processo de criação cognitiva do redator.

Com esta pesquisa pretende-se constatar a utilização das metáforas, como forma de estruturar o discurso nos meios de comunicação, mais especificamente no jornal impresso Tribuna do Paraná, refletindo sobre o que essas metáforas indicam e qual a incidência em que foram utilizadas. Assim, a presente pesquisa tem por objetivo verificar se as metáforas são utilizadas em discursos, como o jornalístico e se constituem um recurso linguístico utilizado no meio impresso. Para tanto, analisou-se a incidência de metaforização das manchetes, chamadas, aberturas e títulos no jornal paranaense.

Optou-se pelo jornal Tribuna do Paraná por este se tratar de um veículo de circulação diária que atua em Curitiba e Região Metropolitana, com triagem e circulação nesta região. Os temas veiculados são de cunho popular, com foco principal em segurança pública, variedades e esporte. O periódico apresenta-se como um jornal diferenciado, interpretativo e crítico que faz uso de uma linguagem informal e popular.

Diante disso, as questões que queremos refletir são as seguintes: a metáfora é um recurso utilizado neste jornal impresso? Qual a incidência de utilização de metáforas nas manchetes, chamadas, aberturas e/ou títulos no jornal Tribuna do Paraná? As metáforas são exclusivas de somente uma editoria? Somente uma categoria de metáfora é utilizada? E diante dessa utilização, o que essas metáforas indicam?

Ao mostrar a existência dos conceitos metafóricos em textos jornalísticos, voltamo-nos para um desafio linguístico que precisa ser encarado pelos profissionais da comunicação: a apresentação, ou representação, de conceitos complexos em veículos de comunicação em uma linguagem que deve primar pela simplicidade e pela fácil compreensão.

2 LINGUAGEM LITERÁRIA E NÃO LITERÁRIA

A fala ou discurso é um instrumento de informação e ação e quase não exige, no uso cotidiano, interpretação. Assim, a significação das palavras

METAFORIZAÇÃO EM DISCURSOS JORNALÍSTICOS: UMA ANÁLISE DO JORNAL TRIBUNA DO PARANÁ

tem por base o jogo de relações configuradoras do idioma que falamos (FILHO, 1986). Conforme o autor, a fala comum se configura pela transferência, e o mesmo não acontece com o discurso literário, que se caracteriza pela criação artística. O código em que se pauta o discurso literário guarda íntima relação com o código do discurso comum, mas apresenta uma série de caracteres distintivos.

Complexidade: conforme Filho (1986), a primeira diferença singularizadora entre o discurso literário e o discurso comum seria a complexidade. O discurso não literário caracteriza-se pela significação singular dos signos, marcado pela transparência. Ou seja, o sentido denotativo das palavras remete aquele retratado pelo dicionário. Já o texto literário ultrapassa os limites da simples reprodução. **Multissignificação:** os signos linguísticos no texto literário assumem significados múltiplos. Nesse sentido, Filho (1986) situa o distanciamento que a linguagem literária assume em relação ao chamado grau zero da escritura. Filho (1986, p. 38) explica que o grau zero é entendido como “o discurso preocupado, sobretudo com a plena clareza da comunicação nele veiculada e com a obediência às normas usuais da língua”. Dessa forma, a linguagem literária apresenta seus próprios meios de expressão.

Predomínio da conotação: a linguagem literária é eminentemente conotativa, resultante de uma criação feita de palavras. O arranjo das palavras faz surgir os sentidos múltiplos que caracterizam o texto literário. Os signos verbais, produzidos pelo processo criativo do escritor, “revelam-se carregados de traços significativos que a eles se agregam a partir do processo sociocultural complexo a que a língua se veicula” (Filho, 1986, p. 40).

Liberdade na criação: as utilizações da linguagem literária podem envolver adesão, transformação ou ruptura em relação às tradições linguísticas. Essa modalidade de linguagem se caracteriza pela invenção de novas expressões ou novas utilizações de recursos linguísticos.

Variabilidade: o texto literário se vincula a um universo sociocultural e a dimensões ideológicas. Logo, sua natureza envolve mutações no tempo e no espaço, tem uma língua como ponto de partida e de chegada e essa língua acompanha as mudanças culturais.

3 JORNALISMO E LINGUAGEM LITERÁRIA

As influências da literatura no jornalismo provêm dos séculos XVIII e

XIX, justamente quando os jornais passam a aderir às características que conhecemos hoje. Nesse período, alguns escritores passaram a participar ativamente na rotina dos jornais e determinar a linguagem e o conteúdo que seria veiculado. Essa influência dos escritores no jornalismo propiciou a modificação do jornal que se tornou mais variado, e passou a apresentar um olhar mais sutil sobre a sociedade (NECCHI, 2007).

O jornalismo literário, conforme expõe Pena (2006), não rompe definitivamente com o jornalismo diário, ele apenas proporciona outras visões, ultrapassando os limites dos acontecimentos cotidianos.

Assim, defino Jornalismo Literário como linguagem musical de transformação expressiva e informacional. Ao juntar os elementos presentes em dois gêneros diferentes, transformo-os permanentemente em seus domínios específicos, além de formar um terceiro gênero, que também segue pelo inevitável caminho da infinita metamorfose. Não se trata da dicotomia ficção ou verdade, mas sim de uma verossimilhança possível. Não se trata da oposição entre informar ou entreter, mas sim de uma atitude narrativa em que ambos estão misturados. Não se trata nem de Jornalismo, nem de Literatura, mas sim de melodia (PENA, 2006, p. 21).

Necchi (2007) aponta alguns recursos característicos do jornalismo literário, como a profunda observação, imersão na história a ser contada, fartura de detalhes e descrições, textos com traços autorais, reprodução de diálogos e uso de metáforas, digressões e fluxo de consciência. Em função da padronização, os recursos utilizados no jornalismo literário vêm combater a monotonia do texto jornalístico, tornando o texto mais sedutor e agradável.

4 METÁFORA COMO FIGURA DE LINGUAGEM

As figuras de linguagem, segundo Bastos (1997), são recursos expressivos usados para imprimir mais força, vivacidade e colorido ao pensamento. Ou seja, representam recursos não convencionais que o falante ou escritor cria para dar maior expressividade à sua mensagem.

As figuras de palavras consistem na substituição de uma palavra por outra, isto é, no emprego figurado, seja por uma relação muito próxima (contiguidade), seja por uma associação ou comparação. Segundo Bastos (1997), esses dois conceitos básicos – contiguidade e similaridade – permitem-nos reconhecer dois tipos de figuras de palavras: a metáfora e a metonímia.

METAFORIZAÇÃO EM DISCURSOS JORNALÍSTICOS: UMA ANÁLISE DO JORNAL TRIBUNA DO PARANÁ

A metáfora, conforme Martins (1989) consiste em utilizar uma palavra no lugar de outra, sem que haja uma relação real, mas em virtude de que o indivíduo se associa e depreende entre elas, semelhanças.

Garcia (2006) define a metáfora como a figura de significação que consiste em dizer que uma coisa (A) é outra (B), em virtude de qualquer semelhança percebida pelo espírito entre um traço característico de A e o atributo predominante, atributo por excelência, de B. Assim, a metáfora é, em essência, uma comparação implícita. Ainda segunda a visão tradicional, as metáforas estão presentes apenas em romances, contos, crônicas, textos literários e poesias.

5 TEORIA DA METÁFORA CONCEPTUAL

O uso repetitivo de metáforas na veiculação de notícias e, principalmente, na fala cotidiana, desfaz a perspectiva de existência da metáfora somente em textos literários. Esta ideia é movida pelos estudos de Lakoff e Johnson (2002), em que a metáfora está infiltrada na vida cotidiana, não somente na linguagem, mas também no pensamento e na ação.

5.1 Processo de metaforização

Tradicionalmente, as metáforas são consideradas um recurso linguístico utilizadas apenas em textos literários e poemas. Assim, as metáforas são utilizadas para expressar ideias que seriam difíceis de serem explicadas de forma literal.

Ao contrário da perspectiva tradicional, Lakoff e Johnson (2002) acreditam que as metáforas estão presentes na linguagem cotidiana e, por vezes, estão tão enraizadas em nossa cultura, que passam despercebidas aos nossos olhos. Essa visão tradicional, por anos, tem sido alvo de crítica por parte de muitos pesquisadores contemporâneos, que veem a teoria como simplista e redutora, por ser baseada exclusivamente na lógica.

A ruptura com o paradigma tradicional deu-se em 1980, a partir da publicação do livro *Metaphors we live by*, desenvolvida por Lakoff e Johnson. Com esse estudo, os autores comprovaram a onipresença das metáforas no discurso cotidiano e introduzem sua tese de que as metáforas não seriam uma mera figura de linguagem e sim uma figura de pensamento.

A metáfora é, para a maioria das pessoas, um recurso da imagi-

nação poética e um ornamento retórico – é mais uma questão de linguagem extraordinária do que de linguagem ordinária. Mais do que isso, a metáfora é usualmente vista como uma característica restrita à linguagem, uma questão mais de palavras do que de pensamento ou ação. Por essa razão, a maioria das pessoas acha que pode viver perfeitamente bem sem a metáfora. Nós descobrimos, ao contrário, que a metáfora está infiltrada na vida cotidiana, não somente na linguagem, mas também no pensamento e na ação. Nosso sistema conceptual ordinário, em termos do qual não só pensamos, mas também agimos, é fundamentalmente metafórico por natureza (LAKOFF e JOHNSON, 1980, p. 45).

Assim, conforme os pesquisadores, sem a atuação constante da metáfora o pensamento seria impossível. Essa teoria ficou conhecida como a Teoria da Metáfora Conceptual (TMC).

Desenvolvida por Lakoff e Johnson em 1980, a Teoria da Metáfora Conceptual transfere o local da metáfora da linguagem para o pensamento. Desse modo, a metáfora tem por função estruturar a relação e a percepção de mundo dos falantes. Como explica Alvarez (2008), a metáfora linguística está na linguagem conceptual que, por sua vez, é gerada a partir das vivências do homem com seu próprio corpo com relação ao ambiente em que vive. O papel fundamental da linguagem seria, então, a estruturação do pensamento sobre o que se estrutura a comunicação.

De acordo com Lakoff e Johnson (2002), os sujeitos pensam conceitos metaforicamente estruturados, baseados nas suas interações com o meio social. Ou seja, o sistema conceitual de cada um é compreendido em termos de outros conceitos. Passos e Fonseca (2011) partem dessa compreensão e afirmam que o conhecimento da realidade é tido como uma construção mental, resultado de uma ação individual que depende da interação com o contexto sociocultural e também do conhecimento do indivíduo.

Interligada à vida humana, a metáfora faz com que as experiências sejam organizadas e uma operação cognitiva seja sistematizada, pois perpassa do simples anunciado para compreender uma coisa em termos de outra (PASSOS e FONSECA, 2011). Os conceitos abstratos são metafóricos e estabelecem conexões entre domínios cognitivos, isso é convencionalizado pelos cognitivistas como projeção entre domínios.

As metáforas funcionam, segundo Lakoff e Johnson (2002), pela “exportação” de um domínio-fonte, em geral mais concreto, para um domínio-alvo, em geral mais abstrato. Assim, a Teoria da Metáfora Conceptual une a

razão e a imaginação de modo que corpo e mente não são separados, permitindo que muitos conceitos sejam compreendidos a partir de metáforas construídas com base na experiência corporal. Portanto, o experientialismo resgata a imaginação e o corpo.

O pensamento é concebido, segundo a semântica cognitiva, como esquemas imagéticos mapeados por diferentes domínios conceituais que numa relação metafórica favorece a extensão de conceitos de tempo e espaço para outros campos semânticos. Dentro desse processo, surge a categorização e a projeção de informações entre domínios cognitivos (PASSOS e FONSECA, 2011).

Segundo os autores, a categorização constitui uma das capacidades cognitivas do processo mental, uma das condições de possibilidade da linguagem em classificar, identificar e agrupar diferentes entidades em uma mesma categoria. Essa categorização se organiza em torno de um núcleo prototípico, no qual se agrupam diferentes membros ou propriedades marcados por similaridades parciais ou “parecenças-de-família” assim os limites entre si, bem como entre as diferentes categorias são, frequentemente, imprecisos.

Com base no que afirma Lakoff e Johnson (2002), os esquemas imagéticos são estruturas conceituais abstratas surgidas da experiência física e social de cada um que moldam as experiências perceptuais e influenciam o processamento da informação. Passos e Fonseca (2011) acrescentam que essas estruturas organizam o nosso pensamento projetando-se aos usos diários da linguagem.

5.2 CATEGORIAS DE METÁFORAS

Na Teoria da Metáfora Conceptual, Lakoff e Johnson (2002) postulam três tipos de metáforas: Metáforas Estruturais, Orientacionais e Ontológicas.

5.2.1 METÁFORAS ESTRUTURAIS

Para Lakoff e Johnson (2002), as metáforas estruturais inserem-se no grupo em que um conceito é estruturado metaforicamente em termos de outro. Desse modo, a metáfora parte de um domínio fonte, mais concreto, para um domínio alvo, mais abstrato.

Um exemplo descrito pelos autores explica o funcionalismo das metáfo-

ras estruturais. Na metáfora TEMPO É DINHEIRO, estruturada por Lakoff e Johnson (2002), podemos perceber como os conceitos dinheiro, trabalho e tempo estão associados à determinada cultura. De acordo com os autores,

Essas práticas são relativamente novas na história da humanidade e não existem em todas as culturas. Elas surgiram nas modernas sociedades industrializadas e estruturam profundamente nossas atividades cotidianas básicas. Pelo fato de que agimos como se o tempo fosse um bem valioso – um recurso limitado, como o dinheiro – nós o concebemos dessa forma. Logo, compreendemos e experienciamos o tempo como algo que pode ser gasto, desperdiçado, orçado, bem ou mal investido, poupado ou liquidado (LAKOFF e JOHNSON, 2002, p. 51).

Utilizamos essas expressões provenientes do vocabulário bélico porque agimos e pensamos assim: há uma disputa com vencidos e vencedores, como em uma batalha. Logo, nesse tipo de estruturação existe um domínio alvo, abstrato – a discussão – e um domínio fonte, concreto – a guerra. Passos e Fonseca (2011) afirmam que esse processo de estruturação de um domínio pelo outro ocorre por meio do mapeamento de algumas características do domínio fonte (nesse caso, guerra) que ajuda a compreender o conceito relativo ao domínio mais abstrato (nesse caso, discussão). O domínio alvo parece ocupar o nível abstrato, enquanto que o domínio fonte encontra-se na forma concreta. Como explicam Lakoff e Johnson (2002), são coisas completamente diferentes – discurso verbal e conflito armado – mas, o conceito, a atividade e a linguagem são metaforicamente estruturados.

5.2.2 METÁFORAS ORIENTACIONAIS

As orientacionais são aquelas que organizam todo um sistema de conceitos em relação a outro sistema de conceitos e têm a ver com a Orientação Espacial (LAKOFF e JOHNSON, 2002). Ou seja, esse tipo de metáfora envolve direção. O sistema de conceitos é organizado a partir de outro sistema, que “tem como origem a noção de orientação espacial que os indivíduos desenvolvem a partir da observação do funcionamento do corpo humano e do meio em que vivem” (Passos e Fonseca, 2011, p. 05).

As orientações espaciais decorrem do funcionamento do corpo humano e do ambiente que o rodeia. São mobilizados esquemas imagéticos que se organizam a partir de oposições espaciais, como: Para cima/para baixo, den-

METAFORIZAÇÃO EM DISCURSOS JORNALÍSTICOS: UMA ANÁLISE DO JORNAL TRIBUNA DO PARANÁ

tro/fora, frente/trás, em cima de/fora de, fundo/raso e central/periférico.

Passos e Fonseca (2011) asseguram que conceitos associados a sentimentos bons e agradáveis normalmente estão associados às orientações espaciais: para cima, para o alto, para frente; as orientações temporais, para o futuro; Já os sentimentos negativos e desagradáveis estão relacionados às orientações: para trás, baixo, dentro, fora e passado. Conforme afirmam os autores, as orientações não são arbitrárias, “pois surgem diretamente das experiências físicas e culturais do indivíduo, ou seja, as metáforas variam culturalmente” (Passos e Fonseca, 2011, p. 05).

De acordo com Lakoff e Johnson (2002, p. 67), “nossa experiência física e cultural proporciona muitas bases possíveis para as metáforas de especialização e, por essa razão, sua escolha e sua importância relativa podem variar de cultura para cultura”. Para eles, projetamos metaforicamente nossa experiência concreta de deslocamento espacial para a nossa experiência mais abstrata, que seria a vida emocional, por exemplo.

5.2.3 METÁFORAS ONTOLÓGICAS

A base para as metáforas ontológicas são as experiências com objetos físicos e com o corpo humano. Essas experiências fornecem segundo Lakoff e Johnson (2002) e Passos e Fonseca (2011), formas de conceber eventos, atividades, emoções, ideias, como entidades e substâncias. Baseadas nas experiências físicas das pessoas, os conceitos ocorrem em termos de direções espaço-temporal.

Da mesma forma que as experiências básicas das orientações espaciais humanas dão origem a metáforas orientacionais, as nossas experiências com objetos físicos (especialmente com nossos corpos) fornecem a base para uma variedade ampla de metáforas ontológicas, isto é, formas de se conceber eventos, atividades, emoções, ideias etc. como entidades e substâncias (LAKOFF e JOHNSON, 2002, p. 76).

Para a Teoria da Metáfora Conceptual, o uso da metaforização tem o intuito de facilitar a compreensão de conceitos abstratos ou complexos, que são mais bem compreendidos em termos de domínios concretos. Os estados emocionais são um exemplo, expressões como A tristeza está sufocando você expressam bem o porquê da utilização das metáforas ontológicas.

Ainda para os autores, outro tipo específico de metáfora ontológica é

concebida em termos de características e atividades humanas. “O domínio de origem é PESSOA, trata-se aqui não de coisificação, mas de personificação” (Lakoff e Johnson, 2002, p. 75-89). A metáfora ontológica específica é classificada como personificação. A metáfora ontológica INFLAÇÃO É UMA ENTIDADE nos faz pensar na inflação como uma “pessoa” e proferir, por exemplo, a sentença: A inflação roubou minhas economias.

6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir, serão analisados os dados obtidos a fim de verificar qual a utilização das metáforas nas manchetes, chamadas, títulos e aberturas do jornal Tribuna do Paraná¹. De acordo com a tipologia descrita por Lakoff e Johnson (2002), apresentaremos quadros demonstrativos das ocorrências metafóricas.

6.1 ANÁLISE DE OCORRÊNCIAS METAFÓRICAS

As ocorrências metafóricas encontradas nas manchetes, chamadas, aberturas e títulos do jornal no período considerado constatamos que as metáforas não são exclusivas de um só item que nos propomos analisar, estando presente, em maior ou menor quantidade, em todos eles. Logo, comprova-se que o uso metafórico não está presente somente em locais de maior destaque no jornal, como a capa, por exemplo, mas que também ocupam outros espaços, como é o caso dos títulos nas páginas internas. Ainda que, a maior incidência metafórica encontrada tenha sido nas manchetes e aberturas, com 83,3% e 37,9%, respectivamente, o uso também se faz presente nas chamadas e nos títulos, com 20,8% e 10,6%.

Em todas as edições analisadas, as aberturas foram as que apresentaram maior incidência metafórica, assim como as manchetes. De seis capas analisadas, apenas uma edição não apresentou manchete com metaforização. Conforme Rabaça e Barbosa (2001), a manchete é o título de maior destaque na capa e a abertura é o que recebe maior destaque nas páginas internas. Assim, conclui-se que, apesar do uso metafórico também estar presente nas chamadas e títulos, foram os títulos de mais destaque no jor-

1 A análise considerou o período de 26 a 31 de março de 2012 e baseou-se na Teoria da Metáfora Conceptual e demais considerações teóricas propostas por Lakoff e Johnson (2002).

METAFORIZAÇÃO EM DISCURSOS JORNALÍSTICOS: UMA ANÁLISE DO JORNAL TRIBUNA DO PARANÁ

nal impresso – manchete e aberturas – que apresentaram maior incidência. Por meio desses dados, pressupõe-se que o jornalista utiliza as metáforas como recurso linguístico para despertar o interesse do leitor.

Logo, pode-se concluir, conforme afirma Abreu (1995), que as metáforas são utilizadas no intuito de chamar a atenção do leitor, instigando-o a descobrir sobre o que se trata determinada matéria e/ou reportagem. Para Coimbra (1999), a metáfora destaca-se no que diz respeito à linguagem dos títulos, como as manchetes, pela sua versatilidade e facilidade em transmitir ideias complexas associando-as às vivências, conhecimentos e imagens previamente adquiridos e interiorizados.

As metáforas estiveram presentes em todas as editorias do jornal impresso analisado. Assim, os dados comprovam que o uso metafórico não é exclusivo de somente uma editoria, mas que estão presentes em todas elas. Para Queiroz (2007), a metaforização é utilizada no esporte principalmente para descrever algumas jogadas, pois a maioria não dispõe de uma palavra técnica, de modo que sua descrição se faz através do uso metafórico. A editoria de Esporte foi a que apresentou maior incidência metafórica, seguida da editoria Segurança Pública. Na editoria de Esporte, as metáforas mais utilizadas foram as estruturais, e na Segurança Pública, as mais utilizadas foram as metáforas ontológicas de personificação

Os esportes de massa, como o futebol, recebem uma abordagem entusiasta por profissionais de imprensa. Segundo Queiroz (2007), é comum o uso de metáforas bélicas na linguagem esportiva, pois, historicamente, existe uma estreita relação entre a prática do futebol e a guerra. Assim, a imprensa emprega de forma indiscriminada um vocabulário repleto de designações bélicas, enfatizando o conceito de que o jogo de futebol é uma guerra, como a abertura encontrada na editoria de Esporte no dia 28/03/2012, “Batalha no Paraguai”.

Todas as categorias de metáforas propostas por Lakoff e Johnson (2002) foram encontradas no objeto de estudo. Conclui-se que, o uso de expressões metafóricas, não é exclusivo de apenas uma tipologia. No entanto, as que mais se destacaram foram as metáforas estruturais e as ontológicas de personificação. Isso ocorre, pois o ser humano tem a necessidade de se fazer compreender utilizando conceitos concretos. Ou seja, é mais fácil falar das nossas ideias, tratando-as como algo concreto, do que abstrato, como analisado na metáfora “Troca de ideias”, presente no Caderno especial Curitiba 319 anos, na edição do dia 26/03/2012. Já a utilização das metáforas on-

tológicas de personificação, segundo Passos e Fonseca (2011), permite que o jornalista aproxime do receptor o que é dito, personificando objetos e/ou eventos de qualquer natureza. Com isso, o receptor se identifica com a informação, pois aquilo também é humano. Como exemplo, podemos citar a metáfora “Cigarro mata”, utilizada na editoria de Segurança pública, no dia 27/03. Aqui, o cigarro assume a capacidade de matar, aguçando a curiosidade do leitor e fazendo com que ele queira descobrir, de que modo, um objeto adquire a capacidade de realizar uma ação humana.

Em todas as categorias dos jornais analisados foram utilizadas 23,1% de metáforas no período considerado. A utilização do uso metafórico nos permite afirmar que as metáforas constituem um recurso linguístico utilizado no jornal impresso. Embora o percentual seja modesto, a utilização é expressiva, já que na presente análise foram consideradas só as manchetes, chamadas, aberturas e títulos, sem levar em consideração a linha de apoio, lide e o corpo do texto. Além do mais, a percentagem se mostra significativa, quando se leva em consideração que, pela visão tradicional, a metáfora, como figura de linguagem, só é utilizada em poemas e textos literários. Logo, os 23,1% de metáforas utilizadas nas edições analisadas vêm comprovar a Teoria de Lakoff e Johnson (2002), de que com maior ou menor proeminência, as metáforas são encontradas no discurso cotidiano e no discurso jornalístico. Isto é, segundo a teoria de Lakoff e Johnson (2002), as metáforas fazem parte do dia a dia e estão presente em uma série de discursos.

Aqui, o uso metafórico em todas as editorias e em todos os itens que nos propomos analisar comprova que a visão tradicional da metáfora é reducionista. Além disso, as análises nos permitem concluir que as metáforas são formas de estruturar o discurso no meio impresso, constituindo assim, um recurso linguístico do jornalismo.

6.2 CATEGORIZAÇÃO E ANÁLISE DAS METÁFORAS

Foram selecionadas, aleatoriamente, algumas manchetes, aberturas, chamadas e/ou títulos para categorização e análise, com o intuito de demonstrar o que a utilização metafórica representa em determinada construção narrativa.

Na edição de segunda-feira, 26 de março de 2012, encontramos a abertura metafórica na editoria de esporte “Em alta, em baixa, na espera”. A abertura refere-se aos times Londrina, Coritiba e Atlético Paranaense, res-

METAFORIZAÇÃO EM DISCURSOS JORNALÍSTICOS: UMA ANÁLISE DO JORNAL TRIBUNA DO PARANÁ

pectivamente. Trata-se da liderança isolada do Londrina no retorno do Estadual, a perda da invencibilidade de 48 jogos do Coritiba e a esperança do Atlético-PR em ganhar o retorno e ser campeão direto do Campeonato Paranaense. A abertura tem como recurso a metáfora orientacional que organiza um sistema de conceitos com relação a outro e tem como base nossas experiências culturais e físicas.

Assim, em alta significa bom e em baixa significa ruim. Conforme Lakoff e Johnson (2002), os conceitos associados a sentimentos bons e agradáveis estão associados às orientações espaciais: para cima, para o alto e para frente. Os sentimentos desagradáveis e negativos estão relacionados às orientações: para trás, baixo e fora. Assim, feliz para cima; triste para baixo. Nesse caso em específico, em alta é positivo e em baixa é negativo.

Portanto, o time Londrina é avaliado positivamente, pois está em alta, é líder isolado no retorno do Campeonato Estadual. Já o Coritiba é avaliado negativamente, pois está em baixa, perdeu a invencibilidade e se complicou na disputa pelo retorno. E o Atlético-PR encontra-se estático, em espera, já que não alimenta muitas perspectivas sobre a vitória no retorno.

Na edição de segunda-feira, 26 de março de 2012, encontramos a abertura metafórica na editoria de esporte “Cruzeiro atropela o Bangu”. A expressão refere-se à vitória do time Cruzeiro contra o Bangu, pela Copa Tamarandaré. O jornalista utiliza a metáfora orientacional, associando sensações e orientações espaciais e temporais. Como já explicitado anteriormente, orientações espaciais como para cima e para frente estão associadas a sentimentos ou situações boas. Ou seja, a metáfora orientacional atropela refere-se à orientação espacial de seguir em frente, avançar, associado, assim, a algo positivo, que é a vitória do Cruzeiro e a continuidade do time na Copa.

Ainda na segunda-feira, 26 de março de 2012, encontramos a manchete metafórica na editoria de esporte “Olho gordo”. A metáfora refere-se ao time de futebol Atlético Paranaense que, após vencer o Cianorte, não desistiu do título do retorno do Campeonato Paranaense e outros times, como o Coritiba e o Londrina, estão atentos a trajetória da equipe no Campeonato. Aqui, a expressão olho gordo significa inveja, a vontade dos atleticanos de que os outros times percam os próximos jogos. A metáfora constitui uma ontológica de personificação, já que o olho assume característica de pessoa. Um olho não é gordo, um olho não tem a capacidade de invejar, nem de torcer pelo fracasso alheio.

Na edição de terça-feira, 27 de março de 2012, encontramos a abertura

metafórica na editoria de dia-a-dia “Nas mãos da Urbs”. A abertura refere-se à aprovação da regulamentação dos táxis em Curitiba. A decisão de diversos pontos polêmicos da regulamentação ficou a cargo da Urbs, empresa de economia mista vinculada à administração municipal. Aqui, a metáfora é classificada como ontológica de personificação, pois a empresa passa a ser uma pessoa. E como pessoa, a Urbs possui qualidade personificada, como mãos. A metáfora refere-se ao fato da empresa poder tomar decisões, e assim, a entidade passa a ter qualidades humanas e passa a exercer atividades humanas.

Ainda na edição de terça-feira, 27 de março de 2012, encontramos a manchete metafórica na editoria de segurança pública “Cigarro mata”. A manchete refere-se a um freguês que se negou a apagar o cigarro dentro de uma lanchonete em Pinhais e por conta disto foi morto a pancadas pelo garçom. A manchete tem como recurso a metáfora ontológica de personificação, quando objetos ganham características de seres humanos. Aqui, o cigarro adquire a capacidade de matar, passando de objeto a ser humano. A motivação, nesse caso, foi o cigarro, mas quem de fato matou o freguês foi o garçom. No entanto, a manchete nos sugere que o cigarro passou a ter a capacidade de tirar a vida de outra pessoa, assumindo assim as características e atividades de um ser humano.

Na edição de quarta-feira, 28 de março de 2012, encontramos a abertura metafórica na editoria de esporte “Batalha no Paraguai”. Refere-se ao ambiente hostil que espera o Flamengo em Assunção/Paraguai no jogo contra o Olímpia. A vitória do time brasileiro vale a liderança do Grupo 2 na Libertadores. A metáfora utilizada é uma estrutural. A Teoria da Metáfora Conceptual identifica nesse tipo de estruturação um domínio fonte – o futebol e um domínio alvo – a guerra. Assim, a metáfora estrutural desta abertura é FUTEBOL É GUERRA. Na linguagem bélica, batalha significa um combate entre exércitos inimigos, no entanto, relacionado com a frase esportiva, a expressão passa a significar a partida de futebol.

Na edição de quinta-feira, 29 de março de 2012, encontramos a abertura metafórica no caderno especial Curitiba 319 anos “Troca de idéias”. A abertura refere-se a uma reportagem especial no qual os moradores de Curitiba abordam diversos temas, como educação, saúde, transporte público e trânsito. A metáfora aqui utilizada é uma estrutural, que surge na base de mapeamentos entre dois domínios, o fonte e o alvo.

Neste caso, a metáfora é IDEIA É MERCADORIA, sendo o domínio alvo,

as ideias, e o domínio fonte, a mercadoria. Analisando a utilização da metáfora nesta abertura podemos afirmar que as ideias são mercadorias, justamente porque há uma troca entre elas, como se um curitibano realizasse uma troca de ideias com outro. Neste caso, o conceito de mercadoria ajuda a entender as diversas ideias expostas por diferentes pessoas sobre um mesmo assunto que é Curitiba, mesmo que estas pessoas abordem esse assunto sob diversos aspectos, como a saúde em Curitiba ou então a educação em Curitiba. Ou seja, o domínio mais concreto que é a mercadoria, ajuda entender o domínio mais abstrato que são as ideias.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Decorre da tradição escolar, acreditar que as metáforas fazem parte de ferramentas sofisticadas utilizadas em poesias e textos literários. No entanto, pesquisadores como Lakoff e Johnson (2002), sugerem que a sua utilização vai além do universo poético, fazendo parte do discurso cotidiano e também do jornalístico. Assim, o presente estudo vem comprovar a Teoria proposta por Lakoff e Johnson (2002).

A análise do corpus demonstrou que a ocorrência metafórica no jornalismo é significativa e que tem como principal funcionalidade estruturar um conceito em termos de outro, ou seja, recorrer a um conceito para falar de outro, muitas vezes, com o intuito de facilitar a compreensão do leitor. Essa funcionalidade justifica-se pelo expressivo uso das metáforas estruturais no objeto de análise. Assim, as metáforas utilizadas na prática jornalística possibilitariam a compreensão da informação extraída por complexos processos de experiências partilhadas culturalmente.

Com a utilização das metáforas, o jornalista cria em seu público o clima necessário para causar o efeito pretendido. As metáforas permitem que o redator alcance a conotação ou a transferência de sentido. A metaforização, então, é um processo de captar e produzir conhecimento, e não pode ser considerada uma mera figura de linguagem, mas um recurso linguístico de imaginação com grande influência no pensamento e raciocínio do ser humano, como nos sugere Lakoff e Johnson (2002).

Conclui-se, portanto, que o uso das metáforas no discurso jornalístico é expressivo. Com relação ao que indicam essas metáforas, cada uma delas tem uma relação específica com o conteúdo exposto na matéria da qual foi retirada, como do contexto daquela informação.

A abordagem adotada durante a pesquisa, busca romper com a visão tradicional, e permitiu a descrição metafórica e dos conceitos presentes nas entrelinhas dos textos jornalísticos. A partir da leitura das notícias publicadas, foi possível identificar as metáforas utilizadas, remetendo a grande maioria delas ao uso linguístico comum no dia a dia.

A abordagem das metáforas sob o aspecto da visão cognitivista nos mais variados discursos ainda é recente e pouco explorada. Portanto, a pesquisa permitiu entender conceitos e o processo metafórico, ainda pouco abordado, como recurso linguístico no jornalismo.

Entretanto, esta análise específica não pode, isoladamente, representar a utilização metafórica nos discursos jornalísticos. Para descobrir se esse processo ocorre em todos os jornais impressos ou em outros meios de comunicação, o estudo requer um aprofundamento. Além disso, há que reiterar que a formulação de uma metáfora conceitual pode ser expressa de diversas formas, mas o mais importante é que o analista respeite o coração de sua estrutura.

REFERÊNCIAS

- ABREU, M. Leituras do Brasil. Porto Alegre: Mercado Aberto/ALB, 1995.
- ALVAREZ, M. L. O. A linguagem metafórica nos textos jornalísticos. Congresso Internacional de Metáfora, 2008. Disponível em: <http://www.let.unb.br/mlortiz/images/stories/professores/documentos/artigos/artigos_pdf/trabalho_para_apresentar_no_congresso_metafora.pdf>. Acesso em: 14 mar 2012.
- BAKHTIN, M. Marxismo e filosofia da linguagem. São Paulo: Hucitec, 1988.
- BASTOS, J. L. Meu rico Português: para cursos & concursos. Porto Alegre: Ed. Age, 1997.
- COIMBRA, R. L. Estudo Linguístico dos Títulos de Imprensa em Portugal: A Linguagem Metafórica. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Linguística Portuguesa - Doutorado) - Universidade de Aveiro, Portugal, 1999. Disponível em: <<http://sweet.ua.pt/~f711/tese.htm>>. Acesso em: 23 jun. 2012.
- FILHO, D. P. A linguagem literária. São Paulo: Ática, 1986.
- GARCIA, O. M. Comunicação em prosa moderna. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.
- LAGE, N. A linguagem jornalística. São Paulo: Ática, 1997.
- LAKOFF, G.; JOHNSON, M. Metáforas da vida cotidiana. São Paulo: Educ, 2002.
- MARTINS, N. S. Introdução à estilística. São Paulo: Edusp, 1989.
- NECCHI, V. A impertinência da denominação “jornalismo literário”. Florianópolis: Estudos em Jornalismo e Mídia, 2009. Disponível em: <<http://www.adtevento.com.br/intercom/2007/resumos/R0527-1.pdf>>. Acesso em: 03 abr. 2012.

METAFORIZAÇÃO EM DISCURSOS JORNALÍSTICOS: UMA ANÁLISE DO JORNAL TRIBUNA DO PARANÁ

PASSOS, E. S. R.; FONSECA, F. F. Metáfora conceptual: uma análise da ampliação de sentidos nas edições online de jornais. Salvador: Anais do Enelin, 2011. Disponível em: <www.cienciasdalinguagem.net/enelin>. Acesso em: 10 abr. 2012.

PENA, F. Jornalismo literário. São Paulo: Contexto, 2006.

QUEIROZ, J. M. Emprego de metáforas bélicas na linguagem de futebol. São Paulo: USP, 2007. Disponível em: <<http://br.monografias.com/trabalhos2/metaforas-linguagem-futebol/metaforas-linguagem-futebol.shtml>>. Acesso em: 18 abr. 2012.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. G. Dicionário de comunicação. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

RECEBIDO EM: 24/03/2014

ACEITO PARA PUBLICAÇÃO: 03/08/2015

Fabiana Pelinson

Bacharel em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), campus Frederico Westphalen. Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba, Paraná, Brasil.

Elias José Mengarda

Doutor e Mestre em Linguística pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Atualmente é professor adjunto do departamento de Comunicação Social da UFSM – campus Frederico Westphalen. Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul, Brasil.

