

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

CAMINHO PARA O SUCESSO: AS METÁFORAS ESPACIAIS EM TEXTOS PUBLICITÁRIOS DE CAMPANHAS DE VESTIBULAR¹
ROAD TO SUCCESS: THE USES OF SPATIAL METAPHOR IN COLLEGE ADMITION MARKETING

Mariane Moser Bach²

¹ Artigo elaborado para a disciplina “Semântica e Pragmática” do curso de Letras: Português e Inglês da UNIJUI.

² Acadêmica de Letras-Português e Inglês da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - UNIJUI. E-mail: mariane.bach@gmail.com

INTRODUÇÃO

Quando falamos de figuras de linguagem, a metáfora é uma das primeiras que vêm a nossa mente. Bastante conhecida pelo seu emprego em textos literários e poéticos, a metáfora constitui um elemento muito importante da nossa linguagem e forma de conceber o mundo. Como veremos a seguir, o uso da metáfora não se restringe aos textos literários, mas se estende a diversas formas de comunicação e está muito presente no nosso cotidiano, sendo, inclusive, difícil não a utilizar.

A metáfora é, portanto, amplamente utilizada em diversos gêneros textuais. Podemos, contudo, perceber que alguns tipos de metáfora são mais comuns em certos contextos do que em outros. Considerando-se isso, esse trabalho tem como objetivo realizar a análise da presença de metáforas espaciais em textos publicitários de campanhas de vestibular de universidade brasileiras, utilizando como referencial teórico os estudos de Márcia Cançado (2012). Para fins de organização, o texto está estruturado em dois capítulos: o primeiro aborda o conceito de metáfora, já o segundo capítulo se refere a análise em questão.

METODOLOGIA

Para realizar a análise das metáforas espaciais presentes nas campanhas de vestibular, foram considerados os textos presentes em quatro publicidades de diferentes universidades brasileiras. As imagens foram omitidas para preservar a identidade das universidades e os nomes das mesmas foram substituídos pelas letras (A), (B), (C) e (D). Sendo assim, os seguintes textos foram analisados:

Universidade (A): “A universidade (A) é o caminho ideal para você superar desafios.”;

Universidade (B): “Comece sua escalada”;

Universidade (C): “Mais perto para você ir mais longe”;

Universidade (D): “Vontade de ultrapassar fronteiras?” e “No lugar certo, tuas ideais te levam

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

mais longe.”.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

1 O que é metáfora?

Conforme Cançado (2012, p. 129), “o significado é construído a partir de estruturas conceituais convencionalizadas” e “as categorias mentais das pessoas são formadas a partir da sua experiência de crescer e agir em um mundo”. Um dos elementos essenciais para nossos processos mentais e nossa categorização de mundo é a metáfora (CANÇADO, 2012).

Segundo Cançado (2012, p. 129), “a metáfora tem sido vista, tradicionalmente, como a forma mais importante de linguagem figurativa e atinge o seu maior uso na linguagem literária e poética”. Tanto que, normalmente, junto a definição de metáfora nas gramáticas, encontramos algum trecho de poema ou outra espécie de literatura para exemplificar o seu uso. Vejamos a definição e os exemplos de metáfora de acordo com Almeida em sua “Gramática completa para concursos e vestibulares” (2009, p. 412) :

Metáfora: substituição de um termo por outro a partir de uma relação de semelhança entre os elementos que tais termos designam. A metáfora também pode ser entendida como uma comparação abreviada, em que o nexos comparativo não está expresso, mas subentendido: “Um beijo seria uma borboleta afogada em mármore.” (Cecília Meireles); “O passado é uma roupa que não nos serve mais.” (Belchior).

No entanto, além do seu uso literário, é também muito comum encontrar metáforas em textos científicos, jornalísticos, publicitários e mesmo na nossa linguagem do dia a dia (CANÇADO, 2012). Sendo assim, ao passo em que vamos compreendendo melhor a metáfora e seu funcionamento, vamos percebendo o quanto ela está presente no nosso cotidiano, nos mais diversos gêneros textuais pelos quais nos comunicamos. Na gramática de Abaurre e Pontara (2006, p. 87), essa abrangência do uso metafórico na linguagem fica mais evidente:

A mais conhecida das figuras de palavra, a metáfora, baseia-se na transferência (a palavra grega metáfora significa transporte) de um termo para um contexto de significação que não lhe é próprio. As metáforas são criadas a partir de uma relação de semelhança que pressupõe um processo anterior de comparação. Pode-se dizer, portanto, que a comparação está na base da formação das metáforas. Jornais e revistas costumam usar metáforas em manchetes e títulos de reportagens para resumir a essência do que será dito ou para chamar a atenção dos leitores.

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

E, por fim, ainda se acrescenta que “o uso de metáfora é tão frequente na linguagem que há até quem afirme que através delas compreendemos o mundo”. (ABAURRE; PONTARA, 2006, p. 87).

Portanto, entre as figuras de linguagem, podemos perceber que a metáfora é aquela que funciona a nível de palavra, ou seja, ocorre um deslocamento de contexto que faz a palavra adquirir um novo sentido, sendo por isso conhecida como uma figura de palavra ou figura semântica (ABAURRE; PONTARA, 2006; ALMEIDA; 2009).

Para a Linguística, no entanto, a metáfora possui uma utilização muito mais abrangente do que estas trazidas nas teorias que a concebem como uma simples figura de linguagem. Por exemplo, para a Abordagem Clássica, a metáfora é de fato uma adição à linguagem, ou seja, toma a linguagem literal como ponto de partida. Por outro lado, para a Abordagem Romântica, toda linguagem é metafórica. Já para a Semântica Cognitiva, a metáfora faz parte da linguagem cotidiana, mas é aceita a existência de conceitos não metafóricos (CANÇADO, 2012).

O ponto defendido por autores como Lakoff e Turner (1989 apud CANÇADO, 2012) é que, quando usamos expressões como “eu estou de alto astral”, “sua saúde está declinando” ou “ele está sob o controle dela”, que são metáforas associadas à orientação espacial para cima/para baixo, “não estamos fazendo uso de uma adição retórica ou adições poéticas; essa é a maneira que concebemos a felicidade, a saúde, o poder etc. Como resultado dessa afirmação, as metáforas são consideradas estruturas que fazem parte da nossa linguagem ordinária” (CANÇADO, 2012, p. 131).

2 Análise das metáforas em textos publicitários de campanhas de vestibular

Em “A universidade (A) é o caminho ideal para você superar desafios” temos a palavra “caminho” funcionando em seu sentido figurado como um modo de se realizar alguma coisa ou atingir um objetivo. A palavra “caminho” adquire essa conotação, pois em sentido literal, um dos significados de “caminho” é a “distância ou espaço que se percorre para chegar a determinado lugar; itinerário, percurso, rota, trajeto.” (MICHAELIS, 2017, s.p.). Por conseguinte, em linguagem figurada, “caminho” passa a significar não mais a distância de um espaço fisicamente existente, mas de um espaço abstrato que envolve um desejo e sua realização, o que engloba experiências, tempo etc., enfim, muito mais que uma extensão física de espaço. Portanto, se a “Universidade (A) é o caminho [...]” isto quer dizer que ela é o percurso entre dois pontos: os desafios e a sua superação. Ademais, se a “Universidade (A) é o caminho ideal”, podemos supor que existem outros caminhos, isto é, outras maneiras e outras universidades para superar desafios, porém não são ideais como a Metodista, ou seja, não apresentam a perfeição ou, pelo menos, as melhores qualidades.

O texto publicitário do vestibular da universidade (B) traz apenas a frase “Comece sua escalada”, sem adicionar a ela outros enunciados explicativos que associem a ideia de escalada com alguma proposta da universidade. Deixa, assim, grande margem para a interpretação do leitor, que

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

certamente não encontrará dificuldades de entender a que o texto se refere, posto que as metáforas espaciais têm seu uso consolidado na nossa linguagem cotidiana. A palavra “escalar” significa, entre outras coisas, em linguagem denotativa, subir uma superfície íngreme, atingir o ponto mais elevado de algo (pico, montanha etc.).

Considerando-se isso, vamos lembrar, conforme Cançado (2012), que existem várias metáforas espaciais associadas à orientação para baixo/para cima, de modo que para baixo representa coisas negativas e para cima coisas positivas. Por exemplo, enquanto ser feliz, ter virtude, ter consciência, ter saúde e ser bom são para cima; ser triste, ser deprimido, estar inconsciente, ter doença, morrer e ser mau são para baixo. Veja alguns exemplos (CANÇADO, 2012):

- a. Eu estou de alto astral.
- b. Eu estou de baixo astral.
- c. Ele está no topo do mundo.
- d. Sua condição social é inferior.

Dessa maneira, a frase “Comece sua escalada” na campanha do vestibular é uma metáfora espacial que pode se relacionar tanto com a ideia de orientação para cima/para baixo, quanto com a ideia de caminho. No que tange a ideia de orientação, a “escalada” se refere a chegar ao topo de alguma coisa, não mais de uma montanha ou outro elemento do mundo físico (embora a imagem da campanha reforce essa ideia), mas, sim, chegar ao topo de algo imaterial como a realização profissional e o sucesso. E, além disso, o ato de escalar não deixa de se relacionar com o ato de caminhar, posto que em uma escalada também há um caminho a ser percorrido, porém íngreme. Sendo assim, começar a escalada por meio do vestibular é começar a caminhar por um trajeto que te levará a algum objetivo, posto que é caminho, o qual será positivo e bem visto pela sociedade, posto que segue o sentido para cima. Como se trata de uma campanha de vestibular, o ponto de chegada que se pressupõe, mais uma vez, é a realização profissional e o sucesso.

Na imagem publicitária da universidade (C), temos a frase “*Mais perto para você ir mais longe*” e, da universidade (D), “*No lugar certo, tuas ideais te levam mais longe*”. As duas publicidades utilizam da metáfora do “ir mais longe” para falar dos benefícios da sua universidade. Novamente, temos a noção de um caminho para se atingir um objetivo, aqui, a realização profissional e o sucesso, sendo que quanto mais longe você for, tanto mais pode ser considerada uma pessoa de sucesso. Isso, pois quem não foi longe e ficou perto é quem não saiu do começo, não se desenvolveu, não caminhou muito, não deu muitos passos, não viveu muitas experiências. Por outro lado, quem foi longe, caminhou, se desenvolveu, teve diferentes vivências, deu muitos passos e, portanto, tem mais chances de ser realizado, feliz e ter êxito em suas ações.

Além disso, em (D) ainda temos a pergunta “*Vontade de ultrapassar fronteiras?*”, que se complementa com a ideia de “ir mais longe” da frase seguinte. Ultrapassar fronteiras, nesse sentido, não se refere a cruzar a linha territorial que divide um país com outro, mas, possivelmente, a cruzar as “fronteiras do pensamento”, da sua capacidade ou, até mesmo, ainda

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

usando outra metáfora, vencer obstáculos. Assim, é ir tão longe (vivenciar experiências que proporcionem aperfeiçoamento, aprendizagem etc.) que a pessoa chegará a um ponto que talvez nem imaginava, chegará a um lugar diferente do que está no momento (realização profissional).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por tudo isso, podemos perceber que a utilização de metáforas espaciais é frequente em textos publicitários de campanhas de vestibular, tornando a repetição de ideias algo comum no mercado educacional. Utilização essa que se estende, de uma forma geral, a textos que falam de aprendizagem e sucesso. Em suma, constatamos aqui o uso da metáfora do caminho, do ir mais longe e do para cima (escalada), todas relacionadas a ideia maior de que para ser uma pessoa realizada e de sucesso é necessário percorrer uma trajetória. A partir dessa metáfora central, várias outras podem surgir.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABAURRE, Maria Luiza M.; PONTARA, Marcela. Gramática: texto: análise e construção de sentido. São Paulo: Moderna, 2006.

ALMEIDA, Nílson Teixeira de. Gramática completa para concursos e vestibulares. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

CANÇADO, Márcia. Manual de Semântica: noções básicas e exercícios. São Paulo: Contexto, 2012.

MICHAELIS. Dicionário Brasileira da Língua Portuguesa. Disponível em <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/dist%C3%A2ncia/>> Acesso em 27 nov 2017.