



JEL UERJ
Jornadas de Estudos da Linguagem
02 a 04 de DEZEMBRO de 2010



O discurso midiático acerca dos relacionamentos amorosos juvenis

Ana Paula Ferreira (Mestranda PPG Letras - UERJ)
anapaferr@gmail.com

Reconhecendo a pluralidade das representações acerca dos relacionamentos amorosos oferecida pela mídia, minha intenção no presente estudo foi a de verificar o conceito de amor existente nas produções impressas e quais os recursos utilizados por estas quando os jovens são os co-enunciadores, averiguando se há uma forma de relacionar-se privilegiada atualmente pelos instrumentos midiáticos voltados para a juventude. Para tanto, contei com um diálogo entre duas teorias da área da linguagem: a Linguística Cognitiva, em especial a Teoria da Metáfora Conceptual, e a Análise de Discurso de linha francesa. No Brasil, o interesse pela influência da mídia nos relacionamentos amorosos contemporâneos parece estar mais restrito aos psicólogos. Tratando-se de juventude, esse número se torna ainda mais escasso, uma lacuna lastimável, visto que esse público merece especial atenção, entre outros motivos, pelo período de formação e desenvolvimento em que se encontra.

O estudo constou de três etapas. Na primeira, durante os meses de novembro de 2009 a fevereiro de 2010, coletei os artigos da coluna “conversa de banheiro” da Revista *Capricho* que trataram sobre relacionamentos amorosos. Trata-se de uma revista de grande circulação entre o público jovem do sexo feminino, atualmente com tiragem quinzenal de 250 mil exemplares. Na segunda etapa, tomando como base as metáforas conceptuais estruturais, estabelecidas por Lakoff e Johnson (1980), e revisitadas por Gibbs (2008), Kövecses (2000) e Schröder (2008), os artigos foram separados em grupos, os quais, através de um mapeamento, permitiram uma análise da formação discursiva e identificação de representações acerca dos relacionamentos amorosos contemporâneos. A partir da consideração da metáfora como um fenômeno cognitivo-social, proponho que as metáforas conceptuais identificadas nos artigos coletados, por refletirem a ideologia e o modo de ver o mundo da comunidade que as utiliza, sejam instrumentos possibilitadores de compreensão do modo como os jovens agem e interagem no meio social. O processo de identificação das metáforas e categorização dos mapeamentos foi feito manualmente, através da leitura de cada artigo. Por fim, destacando as representações preponderantes, propus o reconhecimento de possíveis ideologias subjacentes, valendo-me da Análise de Discurso de linha francesa, em especial dos estudos de Pêcheux (1990), Bakhtin (1979) e Orlandi (2003) para a atribuição de sentido aos múltiplos discursos em que os jovens se encontram inseridos.

Nas oito edições consideradas, as metáforas conceptuais indicavam, em sua maioria, uma representação do outro com o qual a leitora se relaciona afetivamente como um objeto, alimento, forma de investimento, como algo que deve ser utilizado, visando a um propósito ou benefício. Houve também a imagem de um adversário, alguém com quem se está competindo e que precisa ser derrotado ou abatido para que a

vitória seja alcançada, assim como uma sensação de felicidade e bem-estar. A visão de uma sociedade pautada pelas relações de mercado, utilitarista e individualista, onde o outro tem de perder, ser subjugado ou usado, para que se possa ganhar e ter prazer, parece ser corroborada. Não há quase perspectiva futura nesses relacionamentos, os quais se mostram fluidos, imediatistas, com validade até o momento em que houver algum tipo de conveniência ou benefício. A mídia parece ser instrumento que, ao mesmo tempo, transparece e estimula esse tipo de comportamento.

A partir de uma reflexão sobre as representações dos relacionamentos amorosos juvenis, proponho, então, que sejam considerados não só os seus afetos, como também os seus objetivos de vida. Pretendo que as considerações feitas a partir desse estudo possam ser de valia não somente para aqueles que se interessam pelo estudo da linguagem, ou dos relacionamentos amorosos, mas por todos aqueles que convivem e trabalham com a faixa etária em questão, em uma possibilidade de reflexão sobre os comportamentos, anseios e dificuldades dos jovens em nossos dias.

Palavras-chave: linguística cognitiva; metáfora conceptual; análise do discurso; relacionamentos amorosos; mídia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, Mikhail. *O freudismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- CLARK, Katerina; HOLQUIST, Michael. *Mikhail Bakhtin*. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- GIBBS JR., Raymond W. Cognitive linguistics and metaphor research: past successes, skeptical question, future challenges. **D.E.L.T.A**, São Paulo, v. 22: Especial, p. 1-20, 2006.
- KÖVECSES, Zoltán. *Metaphor: a practical introduction*. New York: Oxford University Press, 2002.
- KÖVECSES, Zoltán. Metaphor and emotion. In: GIBBS JR., R. W. (ed.). *The Cambridge handbook of metaphor and thought*. New York: Cambridge University Press, 2008, p. 380-396.
- LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press, 1980.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. *Discurso e leitura*. São Paulo: Cortez, 1999.
- PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Campinas-São Paulo: Editora da UNICAMP, 1997.
- SCHRÖDER, Ulrike Agathe. Da teoria cognitiva a uma teoria mais dinâmica, cultural e sociocognitiva da metáfora. **Alfa**, São Paulo, v. 52, n. 1, p. 39-56, jan. 2008.

Tipo de Apresentação: comunicação

Área/linha teórica do trabalho: Linguística Cognitiva e Análise de Discurso de linha francesa.