

O discurso midiático acerca dos relacionamentos amorosos juvenis

Ana Paula Ferreira (UERJ)

Resumo: Reconhecendo a pluralidade das representações acerca dos relacionamentos amorosos contemporâneos, tenho como objetivo, no presente estudo, verificar o conceito de amor existente nas produções impressas, 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 de linguagem, Linguística Cognitiva, em especial a Teoria da Metáfora Conceptual, e Análise de Discurso de linha francesa. O *corpus* foi constituído por artigos da Revista *Capricho* que trataram sobre relacionamentos amorosos, analisados conforme as teorias citadas. Nas edições consideradas, as metáforas conceptuais indicavam, em sua maioria, uma representação do outro com o qual a leitora se relaciona afetivamente como objeto, alimento, forma de investimento, ou como adversário. A visão de uma sociedade pautada pelas relações de mercado, utilitarista e individualista parece ser corroborada. Os relacionamentos mostram-se fluidos, imediatistas, com validade até o momento em que houver conveniência.

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

1) Introdução

Falar sobre amor costuma ser uma atividade instigante. Há várias considerações que podem ser feitas sobre esse assunto. Segundo o dicionário Aurélio (1999), podem ser atribuídas a essa palavra ao menos treze significações, entre as quais, “sentimento que predispõe alguém a desejar o bem de outrem, ou de alguma coisa”, “sentimento de dedicação absoluta de um ser a outro ser ou a uma coisa; devoção extrema”, como também “sentimento ardente de uma pessoa por outra, e que engloba também atração física” e sentimento “passageiro e sem consequência”. Observa-se, assim, que, longe de uma definição única, estática, existem inúmeras possibilidades de se representar o amor, o que nos permite a constatação de que refletir sobre o amor, enquanto uma construção histórico-social, é também refletir sobre a condição humana em determinada época e cultura, o que possibilita ainda uma melhor compreensão acerca das próprias relações sociais como um todo.

Se há, então, essa pluralidade, existiria uma forma predominante nos dias atuais, que fosse mais valorizada ou possibilitada pela sociedade moderna? Seria a mídia, de alguma forma, instrumento participante nesse processo?

As relações amorosas são intensamente abordadas pela mídia. Reconhecendo as representações sociais acerca dos relacionamentos, ela busca oferecer aquilo que acredita ser de interesse do público a que se destina. Consequentemente, acaba também por influenciar este, ratificando as regras de conduta social.

Sendo o estudo dos relacionamentos amorosos contemporâneos objeto de meu interesse, pude verificar que há poucos pesquisadores no Brasil que se preocupam em analisar as representações da mídia sobre os padrões de conduta amorosa. O tema parece estar mais restrito a alguns psicólogos e sociólogos. Tratando-se de juventude, esse número se torna ainda mais escasso, uma lacuna lastimável, visto que esse público merece especial atenção devido ao período em que se encontra de construção e desenvolvimento, necessidade de experimentações, integração e aceitação. Paralelamente a isto, os espaços tradicionais de referência para o adolescente e o jovem, como a família e a escola, nem sempre têm conseguido prover as necessidades de informação geradas por uma realidade em acelerado processo de mudança.

Minha intenção, através da observação das representações da mídia impressa acerca das relações amorosas contemporâneas, seria a de verificar o conceito de amor existente

nessas produções, e averiguar se há uma forma de relacionar-se privilegiada atualmente pelos instrumentos midiáticos voltados para a juventude. Para tanto, contarei com um diálogo entre duas teorias da área da linguagem, Linguística Cognitiva, em especial a Teoria da Metáfora Conceptual, e Análise de Discurso de linha francesa.

O presente trabalho constou de três etapas. Na primeira, durante os meses de novembro de 2008 a fevereiro de 2009, coletei artigos da Revista *Capricho* que trataram sobre relacionamentos amorosos. Na segunda etapa, tomando como base as metáforas conceptuais estruturais, estabelecidas por Lakoff e Johnson, os artigos foram analisados, possibilitando um estudo da formação discursiva e a identificação de representações acerca dos relacionamentos amorosos contemporâneos. Por fim, destacando as representações preponderantes, propus o reconhecimento de possíveis ideologias subjacentes, valendo-me da Análise de Discurso de linha francesa para a atribuição de sentido aos múltiplos discursos em que os jovens se encontram inseridos.

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 dos jovens em nossos dias.

2) A análise do discurso a partir das metáforas conceptuais

Quando pensamos em metáforas, normalmente nos lembramos da figura de linguagem em que comparamos uma coisa com outra. Essa concepção nos leva a defender que a metáfora é um fenômeno usado com finalidades artísticas e baseado na semelhança entre duas entidades que são comparadas. Sendo apenas um elemento acessório, usado para “enfeitar” o discurso, a metáfora não seria essencial em nossa comunicação.

A partir de 1980, com a publicação de *Metáforas da vida cotidiana*, de George Lakoff e Mark Johnson, surge uma nova visão de metáfora: a metáfora conceptual. De acordo com ela, a metáfora é uma figura do pensamento. Se antes ela era considerada um produto dos profissionais da linguagem e da literatura, agora passa a ser um elemento usado com o objetivo de auxiliar na compreensão de determinados conceitos, sendo empregada comumente no dia a dia por todas as pessoas. A metáfora passa a não mais ser considerada como um ornamento, mas como um processo importante do pensamento humano.

Uma metáfora conceptual é uma maneira convencional de conceitualizar um domínio de experiências em termos de outro, normalmente de modo inconsciente; ou seja, a metáfora é chamada de conceptual porque fornece o conceito de algo. Em uma metáfora conceptual, encontramos dois tipos de domínios, o domínio-fonte e o domínio-alvo. Domínio é a área do conhecimento ou experiência humana. O domínio-fonte é aquele que a partir do qual alguma coisa é conceitualizada metaforicamente; geralmente é algo concreto, que faz parte de nossa experiência. O domínio-alvo é o abstrato, é aquele ao qual desejamos conceitualizar.

Segundo Kövecses (2002: 16-24), em pesquisa realizada com a utilização do *Cobuild Metaphor Dictionary*, domínios-fonte comumente utilizados são aqueles que podemos delinear mais facilmente e sobre o qual acreditamos ter um bom conhecimento, tais como: corpo humano; saúde e doença; animais; plantas; prédios e construções; máquinas e ferramentas; jogos e esportes; dinheiro e negócios; comida; calor e frio; luz e escuridão; forças (tais como gravitacional, elétrica, magnética e mecânica); movimento e direção. Os domínios-alvo não possuem uma definição precisa, requisitando, portanto, uma

conceitualização metafórica. Se pegarmos o exemplo o amor é uma viagem (as metáforas conceptuais são sempre grafadas em versalete), o conceito de amor é fornecido a partir do conceito de viagem. O amor é o domínio-alvo, aquele a que queremos atribuir um conceito e viagem é o domínio-fonte, a partir do qual o amor é conceitualizado.

Quando afirmamos que um conceito é compreendido a partir de outro, consideramos que há uma série de correspondências entre a fonte e o alvo, e assim, elementos conceptuais do alvo correspondem a elementos conceptuais da fonte. Essas correspondências conceptuais sistemáticas são chamadas de mapeamento. Para o exemplo dado anteriormente, Sardinha (2007, p. 31) fornece os seguintes mapeamentos, entre outros:

- Viajantes: marido e mulher;
- Mapa da viagem: planos futuros da vida a dois;
- Destino da viagem: relação feliz a dois;
- Deslocamento tranquilo na viagem: relação sem problemas.

Sardinha (2007) ainda sinaliza que se uma viagem longa é monótona ou cansativa, um casal que vive há muito tempo junto pode se cansar do relacionamento ou achá-lo monótono. Esses seriam desdobramentos, ou seja, as inferências que podemos fazer a partir de uma metáfora conceptual.

Compreender, então, uma metáfora significa efetuar o mapeamento entre a fonte e o alvo. Ao utilizarmos uma expressão linguística metafórica, nós respeitamos o mapeamento convencionado pela comunidade linguística; não é qualquer elemento do alvo que pode ser mapeado com determinado elemento da fonte. Gostaria de ressaltar aqui a diferença entre expressões linguísticas e metáforas conceptuais. As expressões linguísticas são as manifestações (modo de falar) das metáforas conceptuais (modos de pensar). É através do uso das expressões linguísticas que a existência das metáforas conceptuais é revelada.

Lakoff (1987) divide em três tipos as metáforas conceptuais, de acordo com a função cognitiva que elas exercem, ou seja, com sua função na compreensão do mundo:

- Metáforas estruturais: a função cognitiva dessa metáfora é possibilitar ao falante compreender o alvo a partir da estrutura do domínio-fonte. Isso se dá através de mapeamentos conceptuais entre elementos da fonte e do alvo. É o caso de o amor é uma viagem, cuja proposta de mapeamento foi demonstrada anteriormente;
- Metáforas ontológicas: sua função cognitiva é dar um status ontológico para categorias gerais de conceitos abstratos do alvo. As experiências são concebidas em termos de objetos, substâncias, contêineres, sem maiores especificações. Desse modo, concretizam algo abstrato, mas sem estabelecer os mapeamentos. Com isso, as categorias para a compreensão do alvo não são muito aprofundadas, como ocorre com as metáforas estruturais. Contudo, isso não diminui sua importância, ao contrário, elas são essenciais, principalmente na categorização de experiências mais vagas e abstratas. A metáfora tempo é uma entidade é um exemplo; ela permite o uso das expressões linguísticas “a maior parte do tempo”, “pouco tempo”, “desperdiçar o tempo”, “correr contra o tempo”, etc. A personificação pode ser considerada uma espécie de metáfora ontológica; nela, qualidades humanas são atribuídas a entidades não-humanas. É o caso de uma teoria é uma pessoa, o que pode ser verificado em “a teoria diz que”, “segundo tal teoria”;

- **Metáforas orientacionais:** sua função cognitiva é possibilitar um conjunto de conceitos do domínio-alvo coerentes com o sistema conceptual. Recebe o nome de orientacional por estarem relacionadas com orientações espaciais básicas dos seres humanos, como para cima - para baixo, centro - periferia, entre outras. Por exemplo, passado é para trás, futuro é para frente, como se uma linha do tempo fosse existente. O passado estaria voltado para trás; o indivíduo, observador do tempo em movimento, encontrar-se-ia parado no presente; e o futuro, à sua frente. A base física para essa metáfora encontra-se no fato de os olhos, geralmente, irem na direção para a qual a pessoa se move (para frente).

No presente trabalho, a análise será dedicada somente às metáforas estruturais, que dizem respeito à estruturação do sistema conceptual. Sendo o objetivo a identificação das metáforas preponderantes na representação dos relacionamentos amorosos, a prioridade é dada às metáforas mais específicas, e com possibilidade de efetuação das projeções entre os elementos dos domínios fonte e alvo, o que permitiria a compreensão do modo como o amor é conceitualizado contemporaneamente pela juventude.

As metáforas conceptuais são culturais, resultantes de mapeamentos que são relevantes para uma determinada cultura. Elas refletem a ideologia e o modo de ver o mundo de certo grupo de pessoas. Elas são coletivas, no sentido de que para serem verdadeiras, precisam ser compartilhadas em sociedade. Como ressalta Sardinha (2007, p. 30), “vivemos de acordo com as metáforas que existem na nossa cultura [...]: se quisermos fazer parte da sociedade, interagir, ser entendidos, entender o mundo etc., precisamos obedecer [...] às metáforas que nossa cultura coloca à disposição”. Pode-se, portanto, perceber que o estudo das metáforas é fonte riquíssima para uma melhor compreensão do grupo social a que ela pertence e do modo que as relações entre esses grupos se configuram. Portanto, podem ser empregadas como meio de entender como as pessoas vivem e interagem no meio social, em interface com diferentes áreas, como a análise do discurso, entre outras.

De acordo com a análise do discurso, é necessário que a linguagem seja considerada além de seu aspecto formal, e vinculada a formações sociais, históricas e ideológicas. Como sinalizado por Orlandi (1999), mais do que um instrumento de comunicação, a linguagem se encontra imbricada nos processos histórico-sociais; logo, antes de tudo, deve ser considerada um ato social, não podendo ser estudada alheia à sociedade que a produz.

Segundo Pêcheux (1997), quando alguém fala algo, fala de algum lugar da sociedade para outro alguém que também se encontra em algum lugar, e, assim, constitui-se o sentido. Se “a língua está a serviço da sociedade como um todo” (1997: 92), o sentido só se constrói a partir das posições ideológicas existentes no processo sócio-histórico de produção das palavras. Em certas situações de produção, há um sentido que se sobressai e torna-se o dominante. É atribuído a esse sentido dominante certo prestígio de legitimidade, e este é fixado, muitas vezes, como o sentido oficial.

O sujeito que aparentemente produz o discurso, na verdade, ao mesmo tempo o reproduz e é reproduzido nele. Trata-se de um ser pertencente a uma sociedade, o qual, conseqüentemente, reflete o desejo de uma coletividade. Há uma submissão do sujeito ao discurso; são várias as vozes necessárias para que o discurso se construa e suas palavras só significam pela história e pelo contexto em que se encontra inserido. Ao escolher quais palavras utilizará em um texto, por exemplo, o sujeito se vale de uma série de outros discursos com os quais já teve contato; há um entrelaçamento de vozes nesta constituição, e esta escolha não se dá de modo arbitrário, mas é repleta de conteúdo ideológico.

Por estarmos constantemente nos valendo de inúmeras vozes no discurso, Bakhtin (2004) destaca o caráter dialógico e polifônico da linguagem; “nenhuma enunciação verbalizada pode ser atribuída exclusivamente a quem a enunciou: é produto da interação entre falantes e em termos mais amplos, produto de toda uma situação social em que ela surgiu” (2004, p. 79). Ressalta que qualquer enunciado pressupõe uma atitude responsiva do interlocutor. Não há, portanto, um destinatário no sentido passivo do termo; sempre há uma resposta por parte do outro a quem o discurso se destina, a qual pode ser de concordância, adesão, objeção, entre outras (Clark, 1998).

Se o sentido depende da interação entre os falantes e do contexto em que o enunciado é produzido, um leitor crítico é aquele que não se limita ao significado do signo. Ele busca uma compreensão ativa, estabelece relações e utiliza seus conhecimentos prévios no reconhecimento dos valores e crenças presentes em sua sociedade. Isso possibilitará identificar, inclusive, os recursos utilizados pelos instrumentos midiáticos.

3) Análise do *corpus*

Com o intuito de verificar a possível existência de uma representação preponderante acerca dos relacionamentos amorosos, quando os jovens são os co-enunciadores, coletei artigos da coluna “conversa de banheiro” em oito edições da Revista *Capricho*, durante os meses de novembro de 2008 a fevereiro de 2009. Trata-se de uma revista de grande circulação entre o público jovem do sexo feminino, líder de venda em seu ramo, atualmente com tiragem quinzenal de 250 mil exemplares. Todos os artigos abordavam questões acerca dos relacionamentos amorosos juvenis. Foram identificados treze grupos de metáforas conceptuais, as quais serão apresentadas, com alguns exemplos de expressões linguísticas. O processo de identificação das metáforas e categorização dos mapeamentos foi feito manualmente, através da leitura de cada artigo.

A - amor é jogo / competição esportiva

A.1 *Apenas compreenda que no jogo do amor a tal da química é peça fundamental.*

A.2 *No jogo do amor você deve aspirar sempre pelo posto de titular. Ficar no banco de reserva é furada.*

A.3 *Gooooool!!! Tá na maior disputa com o gato? Decida isso, já!*

A partir da observação das metáforas conceptuais presentes nos artigos selecionados, verifiquei primeiramente a equivalência dos relacionamentos amorosos a uma competição esportiva. As pessoas que se relacionam afetivamente apresentam-se, desse modo, como competidores ou rivais. A posição entre os namorados parece ser de conflito, e, conseqüentemente, alguém precisará ser derrotado. Existem também os jogos coletivos, em que os participantes formam uma equipe, colaborando uns com os outros, visando a um objetivo em comum. Eles podem estar no mesmo time, buscando uma diversão em conjunto. O prêmio pode ser conquistar a afeição do namorado, dominá-lo, enganá-lo, dependendo de qual for a proposta do jogo e se algumas regras, como, por exemplo, respeito, sinceridade, entre outras, serão estabelecidas. Outros jogadores poderão participar também do jogo, brigando pela posição de namorada e deixando a perdedora no banco de reserva, ou seja, sem participar do jogo do amor.

B - amor é guerra

B.1 [...] *é possível que possam ser rivais batalhando pelo mesmo objetivo.*

B.2 *Demos todas as estratégias para conquistar o coração dele.*

Quando o amor é visto como uma guerra, os adversários poderão ser o namorado e a namorada, ou a namorada e uma rival, ambas querendo o amor do mesmo garoto. O objetivo é conquistar ou derrotar o outro. Não se pode confiar no inimigo, e as táticas de guerra poderão ser as mais variadas possíveis, visando à vitória.

C - amor é viagem

C.1 [...] *porque seu amor vai assim, aos trancos e barrancos.*

C.2 [...] *porque o amor chegou ao fim [...].*

Se o relacionamento amoroso é uma viagem, podemos considerar que ele teve um início, terá um término... O trajeto poderá ser longo ou curto, monótono, conturbado etc.. Não foi encontrada menção a cooperação entre os viajantes ou a aspectos positivos da viagem.

D - amor é diversão

D.1 *Descomplique o amor! Torne o romance mais fácil. Como? Curtindo, sempre!*

D.2 *O cara não tem obrigação de ligar, seu coração não deve sofrer. Aproveite e não leve tudo tão a sério [...].*

Na representação do amor como uma diversão, já há a possibilidade de os namorados saírem da posição de conflito para uma situação que pode, inclusive, ser mais cooperativa. O relacionamento é pautado pela necessidade de aproveitar o momento e pela falta de compromisso. Se esse imperativo não é observado, a recomendação é que a brincadeira seja prontamente encerrada.

E - amor é negócio

E.1 *Vale investir quando a gente sente que é um amor maior.*

E.2 *É hora de perguntar se esse garoto merece todo esse investimento. Se a resposta for sim, capriche, mas cobre uma resposta à altura.*

No reconhecimento do amor como um negócio, há geralmente um maior cuidado com o outro e com o relacionamento. Várias orientações de investimento são dadas a namorada, as quais podem ser atenção, carinho, respeito, um bom papo, ou também trapaças, e até mesmo uma produção mais caprichada, como roupas, maquiagens... Tudo para que o retorno seja alcançado, ou seja, para a obtenção de alguma forma de lucro.

F - amor é objeto

F.1 *Valorize-se e ame-se antes de oferecer o seu coração a um garoto.*

F.2 *Jogue esse sentimento fora, até que pinte um garoto divertido e fofo, que mereça ganhar o seu amor.*

A concepção do amor como um objeto pode não ser muito diferente da ideia de um negócio, visto que ele passa a ser considerado também como material a ser usado com alguma finalidade específica, para a obtenção de alguma satisfação. E, após o serviço cumprido, o

objeto pode ser descartado, reciclado ou simplesmente deixado de lado até o momento em que for útil novamente. O objeto-amor também pode ser considerado um presente ou prêmio, o qual deve ser ofertado ao garoto que for merecedor, por possuir características valorizadas em um relacionamento, como o bom humor, por exemplo.

G – amor é doença

G.1 *Ele pode estar morrendo de amor.*

G.2 *Só o tempo e um novo amor tudo-de-bom podem curar esse amor.*

Se o amor é uma doença, a cura seria o seu término; os sintomas podem ser variados como sofrimento, falta de concentração nas atividades cotidianas que não estejam relacionadas com o outro, alta emotividade, etc.. Segundo as metáforas verificadas, os remédios mais eficientes seriam o aumento da autoestima e um novo amor que não provocasse tais sintomas.

H - amor é caça

H.1 *O amor sempre foi algo caçado pelas pessoas.*

H.2 *Aí, vale quem conseguir fisgar primeiro o coração do garoto.*

Na representação do amor como uma caça, mais uma vez temos uma situação de conflito, alguém que deve ser abatido para a satisfação dos desejos e necessidades do outro.

I - amor é alimento

I.1 *Essas situações amargas são suficientes para fazer um amor desandar.*

I.2 *Cuidado para não esperar demais. Afinal, vamos combinar que, a essa altura do campeonato, ninguém merece ser cozinhado em banho-maria.*

Em relação à representação do amor como alimento, poderíamos considerar que não conseguimos viver sem alimentação e que o amor seria, assim, o responsável pela obtenção de energias em nossas vidas. Entretanto, não podemos esquecer que, para nós, seres humanos, os alimentos não são somente recursos de sobrevivência; são consumidos como fonte de prazer, para nossa satisfação. De qualquer forma, os alimentos estão a nosso serviço, e também servem para a satisfação das nossas necessidades ou desejos. Caso situações amargas façam o doce amor desandar, a orientação é a busca por um novo prato.

J - amor é eleição

J.1 *Que tipo de namorada você vai ser quando for eleita ganhadora do amor dele? Se está em fase de campanha, [...].*

J.2 *Inicie a sua campanha rumo ao amor do gato. Panfletos, cartazes, propagandas [...].*

J.3 *Comece a promover comícios que, na linguagem do coração, significa [...].*

Os relacionamentos amorosos associados a uma eleição parecem comparar o processo de conquista ao processo eleitoral, com direito a cabo eleitoral, propagandas, promessas, campanha e estratégias em busca pela vitória. Novamente podem ser utilizados carinho, atenção, respeito, um bom papo, como também mentiras, trapaças, e até mesmo uma produção mais caprichada, roupas novas, maquiagens... Geralmente, há a ideia de competição, disputa com outras candidatas ao cargo almejado.

K - amor é magia / encantamento

K.1 [...] e chega até mesmo a ficar ‘enfeitiçado’. É que o amor tem muito de magia mesmo.

K.2 *Enfeitice o gato. Dicas e magias para você ter o seu amor.*

No amor visto como magia, o papel de mágico é atribuído à namorada, que se valerá de truques ou encantamentos para enfeitiçar sua plateia, o namorado. Cabe aqui ressaltar que mágicas são ilusões utilizadas para dar uma falsa impressão às pessoas. O encantamento tem um efeito temporário e os truques podem ser descobertos ou revelados.

L - amor é conto de fadas

L.1 [...] e, após muita confusão, ganhou o coração do príncipe.

L.2 *Deixe os sapos e garanta o namorado perfeito.*

O conto de fadas nos traz a figura idealizada do príncipe encantado, o herói sem defeitos que salva a mocinha, vence todos os obstáculos e garante a felicidade eterna. Porém, às vezes, essa “eternidade” tem prazo de validade. É sempre sinalizado à princesa que se o príncipe virar um sapo, ele deverá voltar ao brejo.

M - amor é remédio

M.1 *A verdade é que ele está doente e precisa muito de amor.*

M.2 *Coração na UTI? Sim, existe tratamento rápido... Um novo amor [...].*

O amor apresentado como remédio também indica uma busca pela salvação, pela ausência da dor ou do sofrimento. No amor, estaria a solução dos problemas. Essa é uma visão valorizada pelas gerações passadas, pautada, de modo geral, por uma concepção romântica. No remédio é vista somente a cura, deixando-se de lado os efeitos colaterais. Se os sintomas da doença não desaparecerem, porém, o remédio deverá ser trocado.

Em grande parte das edições analisadas, há a imagem do relacionamento como um conflito, onde o namorado ou similar é apresentado, portanto, como um adversário, alguém com quem se está competindo e que precisa ser derrotado, abatido ou enganado para que a vitória seja alcançada, assim como uma sensação de felicidade e bem-estar. Encontra-se, também, uma visão do outro com o qual a leitora se relaciona afetivamente como um objeto; seus relacionamentos amorosos foram representados como uma forma de diversão ou de investimento, como algo que deve ser utilizado, visando a um propósito ou benefício.

A recomendação de estratégias e truques para o alcance dos objetivos é constante; entre as quais, encontra-se presente, em vários artigos, o uso de determinadas roupas, maquiagens e, até mesmo, sugestões de mentiras e simulação de outra personalidade. Se o amor se torna motivo de sofrimento ou prejudica, de alguma forma, o bom andamento das atividades cotidianas, é preciso que esse sentimento seja reavaliado ou mesmo descartado.

A visão de uma sociedade pautada pelas relações de mercado, utilitarista e individualista, onde o outro tem de perder, ser subjugado, usado ou manipulado 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 conveniência. Observa-se uma maior preocupação com a satisfação pessoal, onde os próprios desejos prevalecem sobre os do outro, em uma busca constante pelo bem-estar e pela supressão de qualquer sensação de incômodo. E se os relacionamentos, de modo geral,

são baseados em busca por satisfação pessoal através de contatos superficiais e efêmeros, provavelmente isso se refletirá em nos atos e nos objetivos dos jovens. A mídia parece ser instrumento que, ao mesmo tempo, transparece e estimula esse tipo de comportamento.

4) Considerações finais

Considerando a pluralidade de representações acerca dos relacionamentos amorosos contemporâneos, propus, através de contribuições da Linguística Cognitiva e da Análise do Discurso, o reconhecimento de formas de relacionar-se privilegiadas pelos instrumentos midiáticos voltados para a juventude.

A partir da identificação das metáforas conceituais presentes nos artigos de uma revista de grande circulação entre o público feminino jovem, defendi a possibilidade de reconhecimento de uma visão de mundo construída socialmente e, conseqüentemente, da formação ideológica presente no discurso.

Foram encontradas diferentes representações de relacionamentos amorosos, desde as mais românticas, de um amor perfeito, que salva e traz sentido à vida, com promessas de felicidade, até aquelas de um amor que busca a satisfação momentânea, em uma visão utilitarista, na qual a cooperação até existe, mas somente até o momento em que trazer alguma forma de ganho. Esta última esteve mais presente no material analisado.

Gostaria de ressaltar que, mesmo nas mencionadas concepções românticas, qualquer situação adversa é sinalizada como motivo para um questionamento da validade do amor, e que a promessa de “ser feliz para sempre” é substituída pela necessidade de aproveitar a intensidade do momento.

O presente estudo, tendo como objetivo refletir sobre uma dada realidade histórico-social, não tem a pretensão de apresentar uma verdade absoluta e certamente não quer propor qualquer tipo de generalização. Ao buscar verificar a representação dos relacionamentos amorosos contemporâneos em mídia impressa voltada para o público jovem, minha intenção é a de possibilitar uma reflexão acerca do que é gerado com/entre/para a juventude. Proponho, então, que possam ser considerados, em estudos futuros, não só os seus relacionamentos, como também os seus comportamentos e objetivos de vida. Identificar as ideologias subjacentes aos discursos pode ser bastante esclarecedor na análise dos anseios, das metas, das dificuldades e dos comportamentos dos jovens. Ao desvelá-las, tornamo-nos conscientes dos mapeamentos em que são produzidas e somos capazes de nos avaliá-las criticamente.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. *O freudismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

CLARK, Katerina; HOLQUIST, Michael. *Mikhail Bakhtin*. São Paulo: Perspectiva, 1998.

KÖVECSES, Zoltán. *Metaphor: a practical introduction*. New York: Oxford University Press, 2002.

LAKOFF, George. *Women, fire, and dangerous things: what categories reveal about the mind*. Chicago, London: The University of Chicago Press, 1987.

_____; 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.

SARDINHA, Tony Berber. *Metáfora*. São Paulo: Parábola Editorial, 2007.