

Elenice Alves da Costa. *Um estudo cognitivo das metáforas geradas em um corpus jornalístico da Economia*. Dissertação de Mestrado. Orientadora: Ieda Maria Alves. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2007.

A Dissertação defendida em agosto de 2007, na Universidade de São Paulo, teve por objetivo estudar as metáforas geradas em um *corpus* jornalístico da Economia. Para tanto, essa Dissertação foi realizada na perspectiva teórica de pesquisas que envolvem a metáfora como fator de cognição, sobretudo, o que permitiu realizarmos uma análise dos termos coletados na *Base de Termos da Economia*, constituída no âmbito do *Projeto Observatório de Neologismos Científicos do Português Contemporâneo (TermNeo)*, coordenado pela Prof.a Dr.a Ieda M. Alves.

A metodologia empregada na análise dos termos permitiu uma investigação sistemática dos conceitos circunscritos nas unidades referentes ao *corpus* em análise, a qual resultou em um “mapeamento” cognitivo das unidades compreendidas na área da Economia, possibilitando, desta forma, verificar qual é uma das principais funções da metáfora neste tipo de especialidade.

As unidades selecionadas foram analisadas numa abordagem semântico-conceitual, sobretudo de caráter cognitivo, levando-se em consideração a organização dessas unidades em campos conceituais, nos quais os termos se circunscriviam. No *corpus* em análise encontramos muitas unidades relacionadas à guerra, força, poder e agressividade, tais como os termos *ataque especulativo*, *bomba inflacionária*, *estar na linha do tiro*, *guerra comercial*, *guerra fiscal*, *guerra mercadológica*, entre outros. Esses termos, da forma como se apresentavam, levaram-nos a estabelecer um campo conceitual do tipo ECONOMIA É GUERRA. Feito esse mapeamento, partimos para a análise das unidades. Contudo, nem todos os termos foram estudados, pois a preferência de análise foi dada aos que se circunscressem em algum campo conceptual representativo para o *corpus* pesquisado.

Um dos procedimentos de análise levou também em consideração, no caso das lexias complexas (composições e formações sintagmáticas), a posição que a metáfora assumia em cada uma dessas formações. Esse tipo de análise propiciou-nos verificar tanto a função morfossintática da metáfora, como também as relações semânticas envolvidas em cada uma das formações. Quando foi possível, também mostramos a motivação semântica da origem da unidade terminológica, como, por exemplo, a do termo *linha marrom*, em que *marrom* é tomado metonimicamente para se referir à linha de produtos de áudio e vídeo.

A análise dos termos levou-nos a compreender qual é a função desse tipo de processo semântico em Economia, sobretudo nos *media* impressos. Desse modo, dentre as principais atribuições da metáfora, podemos citar o rigor e a precisão semântica, que cumprem, dessa forma, um papel denominativo. Do ponto de vista da Socioterminologia, a metáfora destaca-se também por cumprir uma função didática, facilitando, por meio da analogia, determinada compreensão na área de conhecimento analisada. No nosso *corpus* de análise, vários exemplos de metáforas aplicam-se a essa função. Encontramos muitas unidades metafóricas em que o esforço de facilitar a compreensão de um determinado termo para o público-leitor é reforçado pelo jornalista, ou por quem assina a matéria do jornal, pelo uso da paráfrase ou de recursos de pontuação, tais como parênteses e travessões de valor explicativo.

Muitas das metáforas do *corpus* são também criativas, pois dão origem a neologismos que podem posteriormente se consolidar. As metáforas criativas desse *corpus* são inúmeras, como prova o fato de podermos distribuir esses termos em campos conceituais. A título de exemplo, entre os vários mapeamentos cognitivos realizados no decorrer de nossa pesquisa, encontramos os conceitos ECONOMIA É GUERRA, É NAVEGAÇÃO, É JOGO, É MÁQUINA, É CORPO, É ORGANISMO, É ESPAÇO, É FERRAMENTA, entre outros.

Destacamos também que a metáfora parece ter um caráter multifuncional nesse tipo de domínio. Além de suas atribuições já mencionadas, poderíamos também pensar em seu papel como fator de coesão textual, uma vez que um repertório lexical metafórico, na constituição de um texto, contribui, por meio do processo analógico, com a criação de laços ou de ligações entre seus diferentes segmentos.

Também pudemos verificar, neste estudo, o quanto é distenso o conceito de metáfora, envolvendo muitas vezes a própria conceituação da metonímia. Referimo-nos aos casos em que há uma interação entre esses dois processos semânticos: o limite entre uma metáfora ou uma metonímia pode ser muito sutil, como também nos parece ainda mais tênue a linha que separa uma metáfora de uma não-metáfora, devido, provavelmente, à trajetória natural de apagamento do caráter metafórico ao longo do tempo. Com isso não queremos dizer que o valor metafórico de uma formação não possa ser reativado a qualquer momento.

É importante destacarmos que não esgotamos o modelo de análise proposto pela Linguística Cognitiva, pois isso excederia o limite de nossa pesquisa de Mestrado, que se orientou, sobretudo, pela perspectiva sincrônica, ainda que, em algumas situações, tivemos de recorrer à própria história da evolução do termo para tentarmos compreendê-lo melhor. Em alguns momentos, a busca de dados enciclopédicos foi essencial para a compreensão da motivação semântica das unidades pesquisadas.

Destacamos ainda que a tipologia metafórica apresentada neste estudo, em campos cognitivos compreendidos em metáforas estruturais, orientacionais e ontológicas, pôde revelar de que forma compreendemos a Economia a partir de nossa perspectiva cultural, compartilhando também com outros sistemas culturais a mesma visão de mundo. Essas marcas culturais podem ser observadas no momento em que realizamos o mapeamento cognitivo das metáforas coletadas no nosso *corpus* de análise. Conseguimos verificar que muitas dessas metáforas referem-se a conceitos referentes a animais, mar, guerra, entre outros. As metáforas animais, por exemplo, constituem um lugar-comum entre as diversas culturas. Essas metáforas são criadas para se estabelecer uma relação de semelhança, mesmo que vaga, fantasiosa ou burlesca, ou ainda para transferir à esfera humana uma significação humorística, irônica, pejorativa ou grotesca.

Muitas dessas semelhanças entre os campos conceituais da área de Economia, em diversas culturas, ocorrem pelo fato de haver um sistema econômico comum compartilhado, que é a Economia Globalizada. O inglês, nesse contexto, torna-se uma língua de prestígio nas relações comerciais de ordem internacional, o que leva os jornalistas a decalcarem diversos termos desse idioma, influenciando, dessa forma, o estilo de escolha lexical. Entre alguns termos metafóricos decalcados do inglês encontrados na *Base de Termos da Economia*, poderíamos mencionar as unidades *aterrissagem suave (soft landing)*, *embelezar a janela (window dressing)*, *fundo-abutre (vulture fund)*, *mercado do touro (bull market)*, *mercado do urso (bear market)*, *muralha chinesa (chinese wall)*, *tigre asiático (Asian tiger)*, entre outros. Por essa razão, observamos que algumas metáforas do nosso *corpus* de análise tendem a uma certa universalização, pois revelam uma visão de mundo bastante próxima; são, especialmente, as que denotam conceitos espaciais, tais como as representadas pelos termos *alta*, *baixa*, *fundo*. Podem implicar, em alguns casos, uma dificuldade no reconhecimento semântico, o que exige do leitor um estreito conhecimento dos idiomas e culturas contrastadas.

Este trabalho pretendeu contribuir modestamente para o desenvolvimento dos estudos terminológicos e, em especial, para a ampliação dos trabalhos que envolvem os termos metafóricos da área de Economia, uma vez que a linguagem dessa especialidade tem sido apontada por muitos autores como excessivamente polissêmica.

Elenice A. da Costa (Universidade de São Paulo, Brasil)