

“Prefiro subir quadrado do que descer redondo”: metáfora e integração conceptual em meme religioso

"I prefer to rise squared that go down round": metaphor and conceptual integration in religious meme

Sandra Pereira Bernardo

Naira de Almeida Velozo

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ – Rio de Janeiro – Brasil

Gisele Oliveira Abreu

Universidade Federal Fluminense – UFF – Rio de Janeiro – Brasil



Resumo: Analisa-se um meme de cunho religioso, criado a partir da imagem tradicionalmente veiculada em propaganda da cerveja Skol, com base nas teorias da metáfora e da mesclagem conceituais (LAKOFF; JOHNSON, 2002 [1980], FAUCONNIER; TURNER, 2002). Sobre um fundo amarelo, ao invés da seta com linha vermelha arredondada, apontando para baixo em torno do nome da bebida, encontra-se uma seta também vermelha formando ângulos da base de um quadrado semiaberto, apontando para cima, em torno da palavra “céu”. Abaixo dessa imagem, encontra-se a frase “prefiro subir quadrado do que descer redondo”. Entre outras possíveis atribuições de sentidos, foi estabelecida uma relação imediata entre o slogan da Skol e dogmas evangélicos acerca da postura reta e sem vícios para se alcançar o céu. Esses dois tipos de conhecimentos armazenados levaram à abertura de dois espaços mentais de input: o primeiro composto de elementos ligados à mensagem religiosa e o segundo com elementos relativos ao slogan da cerveja. Um espaço genérico é aberto, reunindo elementos comuns aos dois inputs e a conceptualização metafórica convencional de que BOM É PARA CIMA e RUIM É PARA BAIXO. O sentido de que o céu só será alcançado por meio de um caminho difícil, quadrado, resulta de compressões complexas entre e intraespaços mentais, projetadas seletivamente no espaço mescla: ANALOGIA, DESANALOGIA, CAUSA-EFEITO, MUDANÇA, IDENTIDADE, SINGULARIDADE, INTENCIONALIDADE, MEMÓRIA, HISTÓRIA DE VIDA. Trata-se de uma rede de integração de escopo único em que o input sobre a propaganda serve de fonte para o input da mensagem do meme.

Palavras-chave: Metáfora conceptual. Integração conceptual. Meme

Abstract: Analyzes a religious imprint meme, created from the image traditionally conveyed in advertising Skol beer, based on theories of metaphor and conceptual blending (Lakoff & Johnson, 2002 [1980], FAUCONNIER; Turner, 2002). On a yellow background instead of the arrow with rounded red line pointing down around the name of the drink, is an arrow Red also forming angles of the base of a semi-open square, pointing up, around the word "heaven ". Below this image is the phrase "I prefer to go up square than to descend round". Among other possible assignments of meaning, an immediate relationship between the slogan and Skol evangelical dogmas about the straight posture and without vices to reach the sky was established. These two types of stored knowledge led to the opening of two mental spaces of input: the first compound of elements linked to the religious message and the second with elements related to the beer slogan. A generic space is open, bringing together elements common to both inputs and the conventional metaphorical conceptualization that BOM IS UP and BAD IS DOWN. The sense that the sky will only be achieved through a hard, square way, results from complex compressions between mental and intraespaços selectively projected onto the mixture space: ANALOGY, DISANALOGY, CAUSE-EFFECT, CHANGE, IDENTITY, SINGULARITY, INTENTIONALITY, MEMORY , LIFE'S HISTORY. It is a single-scope integration network in which the input on the advertisement serves as the source for the input of the meme message.

Keywords: Conceptual metaphor. Conceptual integration. Meme

Introdução

Com vistas a demonstrar a relação entre metáfora e integração conceptual (LAKOFF; JOHNSON, 2002[1980], FAUCONNIER; TURNER, 2002), será analisado um meme de cunho religioso, que reforça a postura esperada do fiel quanto à necessidade de lutar contra vícios, suportando todas as dificuldades, a fim de alcançar o céu. Uma mensagem comum a religiões que pregam a existência de verdadeira felicidade apenas fora da materialidade terrena.

Pretende-se, assim, evidenciar como compressões de relações vitais do processo de integração conceptual atuam na conceptualização da mensagem religiosa por meio de recurso tão comumente empregado na Internet. Para tal, na próxima seção, serão apresentados os pressupostos teóricos subjacentes à análise do meme. Em seguida, evidenciar-se-á como esse arcabouço descreve as complexidades envolvidas na construção de sentido proposta. Por último, tecer-se-ão as considerações finais.

Pressupostos teóricos

Concebidas na Linguística Cognitiva como uma forma de pensamento, as metáforas permitem a conceptualização de um domínio em termos do outro. Segundo Lakoff e Johnson (2002[1980]), os processos do pensamento são em grande parte metafóricos. Por exemplo, a compreensão de discussão em termos de guerra, presente em “seus argumentos são *indefensáveis*”; evidenciada pelo uso de “indefensáveis”, ilustram a metáfora conceptual DISCUSSÃO É GUERRA. Essa metáfora surge da integração entre dois domínios distintos: o domínio fonte GUERRA com base no qual o domínio alvo DISCUSSÃO é experienciado. Semelhantes às metáforas, na Linguística Cognitiva, metonímias também apresentam uma natureza conceitual, porque consistem em um processo cognitivo em que uma entidade conceptual, um veículo, fornece acesso

mental à outra entidade conceitual, o alvo, dentro de um mesmo domínio, ou modelo cognitivo idealizado (KÖVECSES, 2010a: 173).

Vários estudos foram desenvolvidos desde o trabalho fundador de Lakoff e Johnson (2002[1980]). Investigações sobre o contexto de uso da metáfora e sua relação com questões culturais tomaram corpo, a fim de testar a existência das metáforas e o escopo da própria teoria da metáfora conceptual. Kövecses (2010b), além de relacionar metáforas criativas ao mecanismo cognitivo da integração conceptual, defende que a conceptualização metafórica expressa cotidianamente está sujeita a dois tipos de *pressão por coerência*: a pressão das experiências corporificadas e a pressão do contexto de ocorrência da conceptualização.

Metáforas primárias, ligadas a esquemas imagéticos de quantidade e verticalidade, oriundos da relação entre corpo e ambiente, como BOM É PARA CIMA, apresentam um potencial para universalidade, ao passo que metáforas sensíveis ao contexto de uso evidenciam a variação metafórica. Um exemplo de metáfora sensível ao contexto é a versão chinesa para a metáfora RAIVA É FLUIDO QUENTE NUM CONTÊINER, baseada na noção culturalmente significativa de *qi*, uma energia conceptualizada como um gás (ou fluido) que corre pelo corpo e pode crescer, gerando um excesso, quando se sente raiva. Assim, encontra-se em chinês a metáfora RAIVA É EXCESSO DE *qi* NO CORAÇÃO, como em “the anger *qi* in one’s heart” (KÖVECSES, 2010a: 200).

Kövecses (2010b) relaciona, portanto, corporificação à universalidade e contexto à variação, como dois aspectos da pressão por coerência na conceptualização metafórica, aos quais os falantes estão submetidos ao organizarem conceptualmente seu pensamento, usando metáforas. Dois tipos de contexto são postulados pelo autor: global e local. O primeiro reúne fatores contextuais que afetam toda uma comunidade de linguística, quando algo é conceptualizado metaforicamente. O segundo diz respeito a fatores contextuais que afetam conceptualizadores particulares em situações específicas.

Entre os contextos globais, apontados por Kövecses (2010b), encontram-se os seguintes: (i) ambiente físico (geografia, fauna, flora); (ii) fatores sociais, como diferenças nas metáforas produzidas por homens e mulheres; (iii) contexto cultural, como conceitos e valores em foco que podem determinar domínios de experiência usados em metáforas; (iv) memória seletiva (*differential memory*), como fatos do passado que podem interferir na conceptualização de certas metáforas; (v) interesses e preocupações diversas presentes em toda a sociedade, que podem gerar metáforas acerca dos acontecimentos. Contextos globais e locais são vistos num *continuum* do local mais imediato ao global mais geral.

A criação do meme, a partir do confronto com propaganda da cerveja Skol, envolve contextos globais imediatos ligados a duas grandes comunidades sociais e culturais brasileiras: evangélicos e não evangélicos, com seus valores, preocupações. Ambas as comunidades partilham memórias seletivas sobre slogans, contexto global mais amplo. O conhecimento linguístico, um tipo contexto local (KÖVECSES, 2010b), envolve a capacidade de trabalhar os aspectos linguísticos partilhados para criação do meme. Tais contextos propiciam as projeções metafóricas.

Os domínios fonte e alvo, ativados nessas projeções, compreendem conhecimentos armazenados na forma modelos cognitivos idealizados (MCIs): um conjunto coerente e estável de representações do conhecimento que pode ser organizado de várias maneiras (LAKOFF, 1987). Alguns dos MCIs subjacentes às conceptualizações são fundamentados por esquemas imagéticos, que se formam por meio da percepção sensorio-motora das experiências humanas mais primitivas, ligadas a uma série de situações experienciadas na interação com o ambiente (GIBBS; COLSTON, 2006[1995]).

MCIs e esquemas imagéticos tornam-se rotinas cognitivas, armazenadas na base do conhecimento, devido à natureza corporificada e enciclopédica da construção de sentidos. Semelhantes aos MCIs, na medida em que se relacionam a estruturas de conhecimentos

relativamente complexas, os *frames* podem ser definidos como qualquer “sistema de conceitos relacionados, de tal forma que, para entender qualquer um deles, é necessário compreender toda a estrutura em que se enquadram” (FILLMORE, 2006, p. 373, tradução das autoras).

Esses MCIs ou domínios são ativados dinamicamente e localmente por espaços mentais integrados e interconectados, à medida que o sistema conceptualizador humano aciona rotinas cognitivas para processamento e compreensão de tudo que nos cerca. Os espaços mentais são pequenos pacotes conceptuais construídos durante o pensamento e a fala. Trata-se de construtos parciais que contêm elementos estruturados por *frames* e modelos cognitivos. Embora operem na memória de trabalho, tais espaços são construídos parcialmente pela ativação de estruturas da memória de longo termo.

Do pensamento mais simples a pensamentos complexos e imaginativos, a forma como se pensa, ao se processar informações e conhecimentos de todos os tipos, deve-se, em muitos casos, à integração conceptual. O sistema conceptualizador humano é dotado de grande potencial simbólico para construir significados. Como apontam Fauconnier e Turner (2002, p. 6ss), isso é possível devido a três operações cognitivas básicas interrelacionadas: identidade, integração e imaginação.

Perceber *identidade*, equivalências e oposições, entre todas as coisas (concretas ou abstratas), a fim de estabelecer-lhes relações e/ou delimitá-las, é resultado de um trabalho complexo e elaborado da mente. Identidade e integração não podem explicar o significado e seu desenvolvimento sem a *imaginação*, pois, mesmo com ausência de estímulo externo, o cérebro pode produzir simulações: ficção, sonho, cenários hipotéticos, fantasias.

Logo, a integração conceptual é uma operação mental básica altamente imaginativa, que surge de uma rede de espaços mentais, cuja configuração mínima envolve a projeção seletiva de elementos de quatro espaços: (a) espaços *input* 1 e 2 interconectados; (b) espaço genérico, que se projeta sobre cada um dos *inputs*, contendo o que esses dois

espaços têm em comum em qualquer momento do desenvolvimento da rede de integração conceptual; (c) espaço mescla – em que elementos dos espaços iniciais (*inputs*) são parcialmente projetados.

Qualquer espaço pode ser *modificado* em qualquer momento da construção da rede de integração. Isso ocorre porque o significado não é construído em nenhum dos espaços especificamente, mas reside na reciprocidade dos arranjos elaborados e suas respectivas conexões. Logo, a ordem desses esquemas pode ser reorganizada a todo o momento.

Uma vez criada, a mescla pode se tornar uma rotina cognitiva fixa, armazenada, com potencial para se tornar o *input* de outro processo de integração conceptual. Um fato motivador fundamental da mesclagem é a integração de vários eventos em uma única unidade. Um exemplo de Fauconnier e Turner (2002) que ilustra bem essa característica é a conceptualização de cerimônias de formaturas, cujo conceito representa em um único evento todas as etapas percorridas ao longo dos anos da graduação, comprimidos no espaço mescla.

Assim, a capacidade de abrir, conectar e mesclar espaços mentais fornece um *insight* global, uma compreensão em escala humana e um novo sentido, tornando os seres humanos mais eficientes e criativos. Um dos mais importantes aspectos dessa eficiência, em termos de *insight* e criatividade, é a compressão alcançada por meio da integração de relações conceptuais, denominadas relações vitais (FAUCONNIER; TURNER, 2002, p. 92ss).

As teorias da metáfora e da integração conceptuais podem ser consideradas complementares (GRADY et al., 1999), porque, embora existam metáforas primárias motivadas por correlações de experiências físicas e/ou perceptuais básicas, como importância e tamanho, que, segundo a literatura, não envolvem integração, tais metáforas podem configurar *inputs* para meclagem. Assim, as metáforas primárias são baseadas em uma correspondência entre conceitos, em vez de domínios inteiros – embora os conceitos da fonte primária e do alvo primário estejam em domínios diferentes (EVANS; GREEN, 2006, p. 437).

Pretende-se mostrar, ao longo da análise proposta na próxima seção, a relação entre metáfora e integração conceptual na conceptualização do meme. Tais formas de expressões multimodais, usadas cotidianamente, envolvem compressões complexas, apesar da naturalidade com que são criadas e interpretadas.

Conceptualização de meme evangélico

Inicia-se esta seção com a apresentação do meme a ser analisado na Figura (1). Como ocorre com vários conteúdos postados em Internet, devido ao meme figurar em vários sites, com diferenças na imagem e/ou no texto, não foi possível identificar a exata autoria e o formato original.

Figura 1 – Caminho para o céu



Fonte: <https://www.pinterest.co.uk/pin/488851734542855320/>. Acesso 27/5/2018

Além da imagem da Figura (1), baixada da página Pinterest, variações aparecem em sites com diferentes propósitos. Na Figura (2), a imagem é estampada em camisa, vendida em um site.

Figura 2 – Venda de camisa



Fonte: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-938762158-camiseta-estampa-evangelica-subir-ao-ceu- JM>.

Acesso 27/5/2018

A imagem da Figura (3) aparece ao lado de várias mensagens de cunho religioso, ao passo que a das Figuras (4) e (5) ilustra a lateral esquerda superior de dois textos, postados em dois blogs distintos. Nos dois casos, o meme desempenha a função de uma epígrafe que dialoga com o assunto abordado, a que se retornará adiante.

Figura 3 – Site com mensagens religiosas 1



Fonte: <http://pequeno-de-deus.tumblr.com/page/51>.

Acesso 27/5/2018

Figura 4 – Site com mensagens religiosas 2

Prefiro subir quadrado do que descer redondo
 (adaptado do texto de Elaine Martins)

"Vede, porém, que esta liberdade não venha, de algum modo, a ser tropeço para os fracos" (I Coríntios 8:9)

"Nossa, mas ela não é crente?" "Se até fulano que é crente faz isso, por quê eu não farei?" Frases como esta, infelizmente são uma realidade em nossos dias devido a diversos fatores, dentre eles, a falta de testemunho claro de alguns cristãos.

Ao contrário do que a sociedade imagina, a vida do verdadeiro crente não é marcada por "nãos", mas sim por discernimento entre o que convém e o que não convém. Ao se converterem a Jesus, muitos pensam que serão imediatamente proibidos de fazer muitas coisas. Contudo, em vez da proibição, a compreensão e crescimento por meio da palavra do Senhor nos mostra que, apesar de sermos livres para fazermos qualquer coisa, nem tudo é verdadeiramente proveitoso para o crente e os que o rodeiam.

"Todas as coisas são lícitas, mas nem todas convêm. Todas as coisas me são lícitas, mas eu não me deixarei dominar por nenhuma delas" (I Coríntios 6:12)

Dentre os males diversos exemplos de conduta cristã, usarei o clássico caso da negação do uso de drogas. Qualquer ser humano, independentemente de suas crenças, sabe que as drogas podem causar dependência e escravidão. Nem é preciso lembrar a constatação biológica de que as drogas, em suas variantes, causam sérios danos à saúde. Todo cristão que entende que seu corpo é santuário do Espírito Santo (I Coríntios 3:16) cuida de sua saúde em qualquer circunstância, seja na recusa de drogas, seja na recusa de um sorvete por entender que uma dor de garganta agravada prejudicaria seu santuário [sem falar das excessivas quantidades de açúcar e gordura que não são exemplos de boa alimentação para ninguém!].

"Porque quando éreis escravos do pecado, estáveis isentos em relação à justiça (...) Agora, porém, libertados do pecado, transformados em servos de Deus, tendes o vosso fruto para santificação e, por fim, a vida eterna" (Romanos 6:20-22)

Alinda que seja sutil, há uma expectativa por parte da sociedade de um determinado padrão de comportamento por parte dos cristãos. Devido à ausência de entendimento da palavra do Senhor tanto por crentes quanto por descrentes, muitos cristãos têm sido vistos pela sociedade como "quadrados" ou [plor] "redondos demais".

É indiscutível que o crente tem uma grande responsabilidade para atrair ou afastar pessoas para o conhecimento do Senhor. Como instrumento de Deus, o cristão deve ser exemplo em tudo o que faz a qualquer hora e em qualquer lugar. Simultaneamente, entendendo sua responsabilidade de testemunho público, o cristão deve imergir no conhecimento das escrituras para, assim, defender e disseminar com firmeza a verdadeira doutrina.

Crente quadrado é aquele que não sabe compartilhar com a sociedade seu testemunho com clareza. Reflita cuidadosamente sobre 1 Cor 9:19-27.

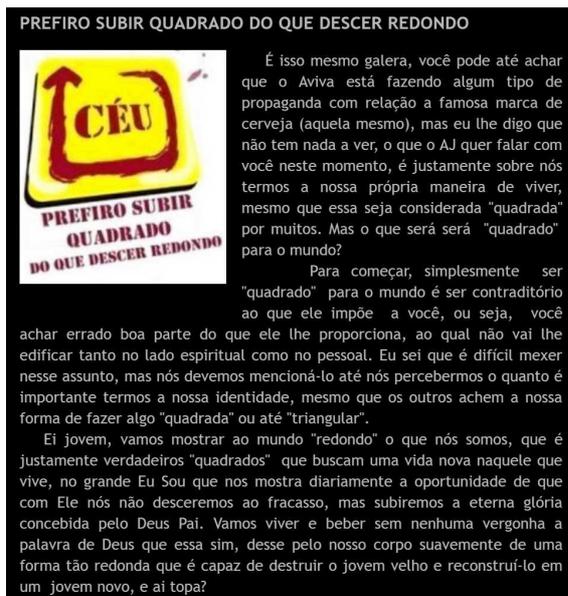
REFLEXÕES: "Assim como também eu procuro, em tudo, ser agradável a todos, não buscando o meu próprio interesse, mas o de muitos, para que sejam salvos" (1Cor 10:33)

"Portai-vos com sabedoria para com os que são de fora; aproveitai as oportunidades" (Col 4:5)

Fonte: www.compartilhandoaverdade.blogspot.com

Fonte: <http://meditandoemjesus.blogspot.com.br/2010/03/prefiro-subir-quadrado-do-que-descer.html> Acesso em 27/05/2018

Figura 5 – Site com mensagens religiosas 3



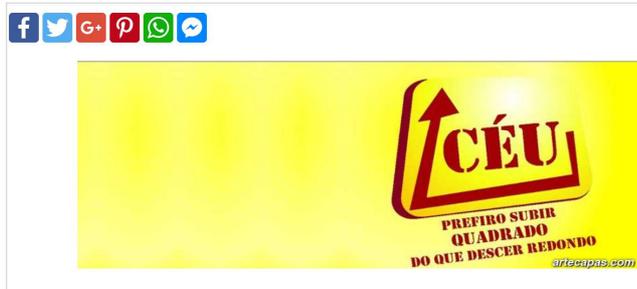
Fonte: <http://avivajuventude.blogspot.com.br/2012/07/prefiro-subir-quadrado-do-que-descer.html>.

Acesso 27/5/2018

Além dos casos ilustrados, a imagem foi encontrada em um site de compartilhamento de imagens (Figura 6), que reitera uma característica comum a todas as páginas virtuais ilustradas aqui, entre tantas outras encontradas na Internet: a vinculação da imagem à comunidade evangélica. No Youtube, há uma postagem em que o texto do meme serve de refrão para um funk com mensagem religiosa. Durante a música, é exibida a imagem congelada do meme.

Figura 6 – Site de compartilhamento de imagens

Imagens - Imagem evangelica para capa do facebook



Fonte: <http://www.scrapsdinamicos.com.br/imagem/imagens-imagem-evangelica-para-cap-a-do-facebook-29>.

Acesso 27/5/2018

Embora a análise do processo de integração conceptual descreva uma conceptualização para o meme, sua relação com os textos dos blogs de cunho religioso reforça a interpretação atribuída ao mesmo. No texto da Figura (4), aborda-se a importância de não se render a drogas como conduta cristã, que não deve ser encarada como uma proibição, mas uma atitude de conscientização íntima de cada um. Entre as estratégias de argumentação empregadas, encontra-se o emprego metafórico da palavra “quadrado”, já convencional na linguagem cotidiana, como algo negativo, desinteressante, ultrapassado, por exemplo.

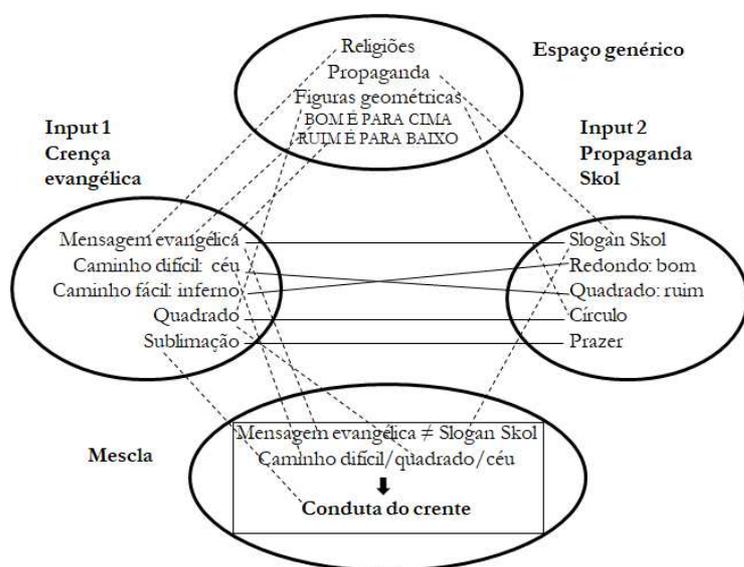
Afirma-se, assim, que, embora os cristãos sejam vistos como “quadrados” ou [pior] ‘redondos’ demais!” pela sociedade em geral, devido à incompreensão desta sobre a “palavra do Senhor”, os cristãos devem adotar um comportamento público e privado exemplar, de modo a disseminar “com firmeza a verdadeira doutrina”. Ao final do texto, defende-se que “crente quadrado é aquele que não sabe compartilhar com a sociedade seu testemunho com clareza”.

Pode-se considerar, pois, que os conceitos metafóricos de QUADRADO (RUIM) e de REDONDO (BOM) são evocados, quando cristãos são considerados pejorativamente “quadrados” ou “redondos” demais, ou seja, excessiva e/ou falsamente “bonzinhos”. Essa relação também é estabelecida no texto da Figura (5), em que “quadrado” é definido como contraditório em oposição ao “mundo ‘redondo’”, que, entretanto, não edifica espiritualmente o cristão. Desse modo, mesmo sendo “quadrado” ou “triangular”, é importante que cristãos tenham sua identidade firmada diante da sociedade. Como ocorre no texto da Figura (4), também há menção à propaganda da cerveja como estratégia de introdução no texto da Figura (5).

A forma como os textos das Figuras (4) e (5) dialogam com o meme corrobora a ativação dos espaços mentais de *input* 1 e 2 da rede de integração proposta para conceptualização do meme. Assim, no *input* 1, representa-se a ativação da mensagem evangélica; no *input* 2, a ativação de elementos relacionados à propaganda da cerveja. Tais espaços mentais são ancorados por um espaço genérico, que

reúne conhecimentos basilares comuns aos dois *inputs*, a partir do qual esses espaços iniciais se mantêm abertos durante a ativação da rede como um todo, a saber: o conhecimento sobre religiões, propagandas e figuras geométricas, além do pensamento metafórico convencional de que BOM É PARA CIMA e RUIM É PARA BAIXO. O espaço mescla é aberto a partir de projeções seletivas dos *inputs* iniciais, gerando a conceptualização de que o caminho para céu, embora difícil, deve ser o escolhido pelo evangélico, com o propósito de reforçar a conduta esperada de um fiel. A representação da rede é ilustrada na Figura (7).

Figura 7 – Conceptualização do meme evangélico



Em termos conceptuais, o processo de integração pode ser considerado um poderoso mecanismo para a criação e a compreensão da capacidade imaginativa da mente humana, porque propicia a ativação de informações de forma otimizada, em termos de sobrecarga da memória, por meio de compressões que podem ocorrer dentro e entre os espaços mentais que compõem a rede. Os elementos do *input 1*, ativados com base no *frame* de crença evangélica, comprimem as relações de CAUSA-EFEITO, MUDANÇA e IDENTIDADE, na medida em que viver conforme as orientações da crença (CAUSA) promove uma ascensão moral (EFEITO), necessária para quem escolhe o caminho do Senhor.

Essa atitude íntima exemplar envolve MUDANÇA de IDENTIDADE do fiel, que não deve evitar os caminhos difíceis, porque estes demonstram a perseverança do crente, daí a preferência por subir quadrado a descer redondo. Logo, os prazeres mundanos viciantes, como a bebida alcoólica, devem ser negados pelo verdadeiro fiel, por meio de uma sublimação de tais prazeres, ao adotar as palavras do Senhor, obedecendo às mensagens bíblicas e às mensagens que reforçam a atitude esperada do crente, muito comum em textos e discursos de conteúdo religioso.

O *input 2* é aberto por meio de uma compressão PARTE-TODO, em razão dos aspectos selecionados da propaganda, a saber: o slogan “A cerveja que desce redondo” (1997-2010, 2016)¹ e os aspectos gráficos, como as cores do fundo, das letras e da seta. Essa compressão está relacionada à outra compressão: TEMPO e MEMÓRIA, na medida em que slogans podem ser armazenados por um tempo consideravelmente longo como conhecimento enciclopédico.

Dentro do *input 2*, também ocorre a compressão de CAUSA-EFEITO, visto que devido às suas qualidades, a bebida é ingerida fácil e prazerosamente. O consequente prazer é representado pela relação com conceito de redondo como algo perfeito, bem-feito, que, por sua vez, pode ser resultante de uma PROPRIEDADE da lata da bebida, visto que o slogan surgiu em 1997 com o lançamento da primeira lata com boca redonda no mercado.

Essa característica da lata com boca redonda, além do formato da própria lata, poderia ser conceituada como âncora material para o slogan, embora não se possa postular tal relação como gatilho para compreensão e ativação do slogan em termos de senso comum. A própria compressão de MEMÓRIA obscureceria a relação entre a boca redonda da lata como uma propriedade individualizadora da

¹ Informação obtida na Wikipédia, *site* onde se encontra a lista de slogans da cerveja: “No verão tá redondo, tá junto. (2017) [Usado na espera do verão]; Redondo é sair do seu quadrado. (2016 - 2017); Aperte ON, Viva Redondo. (2014 - 2016); A vida manda quadrado, você devolve redondo. (2013 - 2014); Um por todos, e todos por uma. (2010 - 2012); Tá na roda? Tá redondo. (2007 - 2008); Se beber, não dirija. (2006, 2017); Com Skol, tudo fica redondo. (2005 - 2006); A cerveja que desce redondo. (1997 - 2010, 2016); O Sabor da Gente. (1993 - 1997).

marca Skol, em relação a outras na época de lançamento da propaganda com seu slogan “A cerveja que desce redondo”, de modo a otimizar a ativação das informações no processamento da mesclagem.

Entretanto, a experiência humana com objetos redondos, circulares ou esféricos, facilitadores de tarefas, como a roda, por exemplo, pode ser tomada como âncora material para caracterizar a descida suave do líquido, em oposição ao incômodo que algo pontudo provocaria ao ser engolido, daí a presença de quadrado como algo ruim no *input 2*. Assim, esse espaço mental inicial, ativado com base no conhecimento da propaganda da cerveja, envolve as compressões de PARTE-TODO e MEMÓRIA para seleção dos elementos que compõem o *input 2*.

A relação PARTE-TODO está ligada à compressão CAUSA-EFEITO, na medida em que a qualidade de bebida (CAUSA) promove a ingestão prazerosa (EFEITO). Essa qualidade está ancorada na PROPRIEDADE de ser um líquido que desce redondo. A atribuição dessa PROPRIEDADE, por sua vez, relaciona-se ao conceito metafórico de REDONDO como algo BOM, com base na experiência física de lidar com objetos esféricos, âncoras materiais, no âmbito da teoria da integração conceptual, que funcionam como gatilhos para forma como se pensa.

Complexas compressões de ANALOGIA e DESANALOGIA são estabelecidas entre os *inputs 1 e 2*, por meio das semelhanças e diferenças entre as PROPRIEDADES atribuídas aos elementos desses espaços iniciais. Logo, a relação de ANALOGIA liga slogan da Skol e mensagem evangélica, que representam a IDENTIDADE da bebida e da postura do evangélico; bem como os elementos círculo e quadrado, contrapartes em termos de formas geométricas, cujas PROPRIEDADES caracterizam suas IDENTIDADES opostas. A relação entre quadrado e círculo serve de FONTE para ativação do pensamento metafórico de que coisas redondas são perfeitas/boas, subjacente a expressões cotidianas, como *texto redondo*, *bola (futebol) redonda*, em oposição a coisas quadradas, por suas arestas pontudas.

Os pensamentos metafóricos acerca de coisas quadradas e redondas como algo ruim e bom, respectivamente, são comprimidos por DESANALOGIA entre os elementos *caminho difícil* e *quadrado* e *caminho fácil* e *redondo*, de modo a negar os valores associados à cerveja e reforçar os valores passados aos evangélicos, ao serem projetados no espaço mescla, que herda essa oposição como uma SINGULARIDADE, devido à MUDANÇA na conduta do fiel em relação aos não evangélicos. Essa conduta singular comprime, na estrutura emergente conceptualizada no espaço mescla, a INTENCIONALIDADE do meme, visto que a produção multimodal visa à afirmação de uma postura a ser adotada pelos crentes. A oposição entre mensagem e slogan é herdada por meio das projeções seletivas dos *inputs 1 e 2* para o espaço mescla, reafirmando a escolha do caminho difícil, mesmo quadrado, porque leva ao céu – uma recompensa pela negação do prazer associado à ingestão de cerveja, bebida muito apreciada pelas pessoas em geral, mas proibida/desaconselhada para os verdadeiros religiosos.

Assim, pode-se considerar que a relação de INTENCIONALIDADE resulta de uma cadeia de causalidade das compressões dos *inputs 1 e 2*, na medida em que fortalece as relações vitais presentes nos *inputs*. Como o *frame* organizacional (*organizing frame*) para um espaço mental especifica a natureza da atividade, do evento e dos participantes representados no espaço, pode-se considerar que a ANALOGIA-DESANALOGIA entre o meme e os elementos da propaganda da cerveja, ao comporem a estrutura emergente da mescla extrapolam a ANALOGIA, visto que inserem os elementos da propaganda numa HISTÓRIA mais ampla, a postura do verdadeiro crente.

A integração, que envolve confronto entre as mensagens expressas pelo meme evangélico e pela propaganda, consiste em uma rede de escopo único, em que o *frame* organizacional da mescla será uma extensão do *frame* organizacional de um dos *inputs*, altamente assimétricos. Nesse tipo de rede, apenas um entre os dois espaços *inputs*, com diferentes *frames* organizacionais, será projetado para organizar a mescla. Redes de escopo único são protótipos

altamente convencionais para conceptualização de metáforas fonte-alvo. O *input* que fornece o *frame* organizacional da mescla (*framing space*) seria a fonte, ao passo que o *input* norteador do foco de entendimento (*input focus*) seria alvo. No caso do meme, os elementos da propaganda servem de fonte para compreensão do meme, cujas características em termos de imagem, cor, tipo de letra, presença de uma mensagem, permanecem na estrutura emergente do espaço-mescla, já os elementos textuais alterados do meme orientam a conceptualização da INTENÇÃO global expressa pelo meme.

Em redes de escopo único, percebe-se a sensação de que “uma coisa” fornece uma visão, um *insight*, para “outra coisa”, com uma forte assimetria entre elas. Essa percepção decorre de (i) inferências produzidas na mescla a partir dos *frames* dos *inputs*; (ii) compressões úteis já existentes nos *frames* dos *inputs*; e (iii) emoções evocadas ancoradas por tais *frames*. Essas emoções emergentes na mescla podem levar à sensação de percepção global, porque a mescla altamente compactada permanece ativamente conectada a toda a rede (FAUCONNIER, 2002, p. 129).

Logo, com base na propaganda, cujos elementos que compõem o *input 2* são conectados por ANALOGIA e aos elementos do *input 1*, cria-se o sentido do meme, que, ao ser projetado na mescla, por meio de seus elementos compactados, alcançam o papel que representa na história de vida dos crentes. Isso ocorre porque o espaço mescla não apenas herda as compressões do espaço *input* foco/alvo, mas as intensifica, devido à emoção expressa pelo sentido do meme para os religiosos.

Considerações finais

O caráter multimodal do meme analisado aqui, como muitos outros que surgem cotidianamente, recrutando conhecimentos enciclopédicos relacionados aos contextos culturais e sociais experienciados, revela raciocínios criativos e complexos alcançados pelos conceptualizadores. A

rede de escopo único representa tais processos cognitivos, de modo a explicar a metáfora visual expressa pelo meme, visto que permite conceituar um novo sentido a partir de material conceptual do contexto sociocultural, extrapolando as projeções unidirecionais comuns ao pensamento metafórico em termos linguísticos.

Acredita-se que redes de espaços metais, por seu dinamismo multidirecional, sejam arcabouços teóricos especialmente promissores para explicar conceptualizações multidimensionais como os memes. Além da relação com metáforas, a integração conceptual também está relacionada à metonímia, visto que esta permite a descompactação dos elementos comprimidos nos espaços que compõem a rede. No caso do meme analisado, relações vitais PARTE-TODO e CAUSA-EFEITO, por exemplo, foram compactadas e descompactadas para conceptualização dentro dos *inputs*.

Referências

- EVANS, Vyvyan; GREEN, Melanie. *Cognitive linguistics: an introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006.
- FAUCONNIER, Gilles & TURNER, Mark. *The way we think: conceptual blending and the mind's hidden complexities*. New York: Basis Books, 2002.
- FILLMORE, Charles J.. Frame semantics. In: GEERAERTS, Dirk (ed.). *Cognitive linguistics: basic readings*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2006, p. 373-400.
- GIBBS Jr., Raymond W.; COLSTON, Herbert L.. The cognitive psychological reality of image schemas and their transformations. In: GEERAERTS, Dirk (ed.). *Cognitive linguistic: basic readings*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2006.
- GRADY, Joseph *et alii*. Blending and metaphor. In: GIBBS, R. W.; Steen, G. (eds). *Metaphor in Cognitive Linguistics*. Amsterdam: John Benjamins, p. 101–124. Disponível em: http://www.sscnet.ucla.edu/comm/steen/cogweb/CogSci/Grady_99.html#top. Acesso em: 11/09/2011.
- KÖVECSES, Zóltan. *Metaphor and in culture: universality and variation*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
- _____. *Metaphor: a practical introduction* (2nd ed.). New York: Oxford University Press, 2010a[2002].

_____. A new look at metaphorical creativity in cognitive linguistics. *Cognitive Linguistics* 21-4, 2010b, p. 663-697.

LAKOFF, George. *Women, fire and dangerous things*. Chicago: University of Chicago Press, 1987.

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. *Metáforas da vida cotidiana* [coordenação de tradução Mara Sophia Zanotto]. Campinas-SP: Mercado de Letras; São Paulo: EDUC, [1980] 2002.

LANGACKER, Ronald W.. *Cognitive grammar: a basic introduction*. New York: Oxford University Press, 2008.

COMO CITAR ESSE ARTIGO

BERNARDO, Sandra Pereira; VELOZO, Naira de Almeida; ABREU, Gisele Oliveira. "PREFIRO SUBIR QUADRADO DO QUE DESCER REDONDO": METÁFORA E INTEGRAÇÃO CONCEPTUAL EM MEME RELIGIOSO. *Signo*, Santa Cruz do Sul, v. 44, n. 79, jan. 2019. ISSN 1982-2014. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/signo/article/view/12705>>. Acesso em: _____ . doi:<https://doi.org/10.17058/signo.v44i79.12705>.