

## Futebol é guerra: abordagem metafórica de manchetes de *El Mercurio*.

Fútbol es guerra: aproximación metafórica a titulares de *El Mercurio*.

Soccer is war: a metaphorical approach to *El Mercurio* headlines.

Jose Genival Bezerra Ferreira<sup>1</sup>

### Resumo

O trabalho constitui uma análise qualitativa das expressões metafóricas encontradas no domínio do futebol, no âmbito da Copa do Mundo de Futebol, realizada na Rússia, em 2018. O *corpus* foi formado por manchetes que trataram do tema, coletadas do jornal chileno *El Mercurio*. Tomando como fundamentação teórica pressupostos da Linguística Cognitiva, Lakoff e Johnson (2002), com destaque para a Teoria da Metáfora Conceitual, o estudo mostrou como as construções de metáforas ligadas ao futebol, no espanhol chileno, vão desencadear principalmente o domínio “futebol é guerra”: seja como evento, como duelo ou como vitória/derrota, levando-nos a refletir, dessa forma, sobre os significados sócio cognitivos que esse esporte tem para os chilenos.

**Palavras-Chave:** metáfora conceitual, manchete, futebol.

### Resumen

El trabajo es un análisis cualitativo de las expresiones metafóricas sobre el fútbol, en el contexto de la Copa Mundial de Fútbol celebrada en Rusia en 2018. El corpus lo constituyen titulares que tratan el tema, recopilados del periódico chileno *El Mercurio*. Tomando como base teórica los supuestos de la Lingüística Cognitiva, Lakoff y Johnson (2002), con énfasis en la Teoría de la Metáfora Conceptual, el estudio mostró cómo la construcción de metáforas vinculadas al fútbol, en el español chileno, construye principalmente el dominio "el fútbol es guerra", ya sea como un evento, como un duelo o como una victoria / derrota, lo que nos lleva a reflexionar, de esta manera, sobre los significados socio cognitivos que este deporte tiene para los chilenos.

**Palabras clave:** metáfora conceitual, titulares, fútbol.

---

<sup>1</sup> Professor Associado da Universidad de Santiago de Chile, [jose.ferreira@usach.cl](mailto:jose.ferreira@usach.cl)

### Abstract

This article contains a qualitative analysis of the metaphorical expressions in the field of soccer in the context of the FIFA World Cup held in Russia in 2018. The *corpus* was gathered from headlines in the Chilean newspaper *El Mercurio* that dealt with this theme. The theoretical framework is based on Cognitive Linguistics, Lakoff & Johnson (2002), with emphasis on the Theory of Conceptual Metaphor. The study showed how the constructions of metaphors linked to football in Chilean Spanish, triggered mainly the domain "soccer is war": either as an event, as a duel or as victory/ defeat, leading us, therefore, to reflect on the socio cognitive meanings that this sport assumes on Chilean people.

**Keywords:** conceptual metaphor, headline, soccer.

### Introdução

Na linha dos estudos da Linguística Cognitiva, mais especificamente da Teoria da Metáfora Conceptual, o presente artigo investiga os mecanismos cognitivos do discurso jornalístico futebolístico no espanhol chileno. Analisamos, assim, tais mecanismos, com especial atenção às metáforas conceptuais, contidos em manchetes de notícias do jornal *El Mercurio*, um dos mais tradicionais e antigos do país, que trataram da Copa do Mundo de Futebol realizada na Rússia em 2018.

Relativamente às metáforas, é válido destacar, não as estudamos como elas têm sido tradicionalmente compreendidas, no sentido comum, como elemento da arte retórica, mas como algo mais abrangente que opera em todos os níveis da atividade cognitiva.

As expressões metafóricas futebolísticas em manchetes funcionam como estratégias para persuadir o público-leitor e que se a metáfora não está apenas na linguagem, mas no pensamento, e tal pensamento é compartilhado pelos indivíduos de um determinado grupo social, é possível que as construções metafóricas referentes ao futebol sejam apenas uma extensão das metáforas convencionais do cotidiano, uma vez que tem uma função essencial para a construção da realidade social e política na qual estamos inseridos. Sobre essa questão ainda podemos mencionar, a rivalidade dos meios de comunicação de massa (como a televisão) para exibir as partidas, os anunciantes que disputam jogadores para promoverem seus produtos, a luta dos canais de televisão para conseguirem mais audiência, a concorrência dos clubes para terem em seus times certos jogadores, enfim ingredientes de um momento histórico neoliberal que extrapolam o sentimento estado-nação.

O objetivo do trabalho foi pesquisar em quais contextos a metáfora conceitual “futebol é guerra” foi utilizada, bem como entender os significados sociocognitivos no corpus do jornal *El Mercurio*.

Optamos pelo texto jornalístico futebolístico, mais especificamente pela notícia, como objeto de análise, por constituir uma forma de comunicação essencial na veiculação de sentidos, cujos valores simbólicos influenciam cultural e socialmente, pois a associamos a situações sociocomunicativas que circulam no nosso dia a dia. Todas têm uma função em comum, isto é, uma intencionalidade almejada pelo discurso que as constitui. Esses efeitos divergem, a depender do objetivo requerido pelo ato comunicativo.

A motivação em realizar este estudo se justifica pelo interesse em compreender e interpretar as manchetes do futebol no espanhol chileno. Apesar de o Chile não ter sido classificado para a

Copa, os chilenos acompanharam as partidas, torceram por várias seleções, demonstrando também que o futebol é o esporte mais popular no país. O portal [www.fayerwayer.com](http://www.fayerwayer.com)<sup>2</sup> indica que 77% assistiram às partidas, sendo que 44 % desses espectadores torceram pela vitória da seleção brasileira.

Isso nos possibilita formar um espaço propício de reflexão linguística em torno desse fenômeno social. Além disso, justificamos a escolha do tema na medida em que consideramos a importância do papel do futebol na sociedade chilena. Por ser um esporte popular de massa, que atinge todas as classes, forma um símbolo da identidade nacional que ocupa lugar de destaque na visão e conceptualização do país (Cruz, 1991). Além desse estudo, não temos conhecimento de pesquisas sobre as metáforas do futebol no Chile. O estudo de Muñoz e Carrió-Pastor (2018) analisa a variação dos mecanismos de atenuação empregados em notícias dos jornais *El País* (Espanha) e *Emol* (Chile) no âmbito da política e do esporte, mas não especificamente numa abordagem cognitiva.

A investigação que ora se apresenta está dividida nas seguintes seções: a primeira introduz a escolha do tema a desenvolver, bem como os objetivos que direcionam o trabalho e o levantamento dos questionamentos. Na seção 1, explicitamos o enquadramento teórico em que o estudo se apoia, frente a uma breve apresentação da Linguística Cognitiva e da Teoria da Metáfora Conceptual. Na seção 2, abordamos o discurso jornalístico futebolístico, com destaque para *El Mercurio*. Na seção 3, destacamos a questão da metodologia utilizada. A seção 4 apresenta a análise das manchetes seguida das conclusões. E, por último, as referências consultadas.

## 1. Linguística cognitiva e metáfora conceptual

A Linguística Cognitiva (LG) adquire papel importante, no âmbito da Linguística, com os trabalhos de Batoréo (2004), Soares da Silva (1997), Teixeira (2001), Almeida (1995) e Lima (1989), sua fundação no final da década de 70 e início dos anos 80, foi motivada, tanto pelos estudos aos fenômenos da significação como também pelo interesse da investigação psicolinguística de Eleanor Rosch (1978) a respeito da função essencial dos protótipos no processo de categorização. No entanto, em 1990 é institucionalizada como ciência, quando se criou a Associação Internacional de Linguística Cognitiva, pertencente à revista *Cognitive Linguistics*.

A LG teve suas bases nos Estados Unidos com os representantes principais Lakoff & Johnson (1980), Lakoff & Turner (1989) e Langacker (1987, 1990, 1991); concomitantemente, porém, emergem trabalhos e centros de pesquisa da área na Europa, principalmente com Rudzka-Ostyn ed. (1988), Tsohatzidis ed. (1990), Geiger & Rudzka-Ostyn eds. (1993), Taylor & MacLaurry eds. (1995).

A Linguística Cognitiva é uma abordagem da linguagem perspectivada como meio de conhecimento e em conexão com a experiência humana do mundo (Cuenca e Hilferty, 2013). As unidades e as estruturas da linguagem não são estudadas como se fossem entidades autônomas, mas como manifestações de capacidades cognitivas gerais, da organização conceitual, de princípios de categorização, de mecanismos de processamento e da experiência cultural, social e individual (Evans & Green, 2006).

Para Silva (2001), a Linguística Cognitiva tem como interesse os seguintes temas: características estruturais da categorização linguística (tais como prototipicidade polissemia, modelos cognitivos, metáfora e imagens mentais), os princípios funcionais da organização linguística (iconicidade e naturalidade), a interface conceptual entre sintaxe e semântica, a base

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.fayerwayer.com/2018/05/no-al-mundial-mas-la-mitad-los-chilenos-quieren-cambiar-la-tv-ver-rusia-2018/> < Acesso em 11 de agosto de 2018 >

pragmática - ligada à experiência da linguagem-no-uso - e a relação entre linguagem e pensamento - incluindo questões sobre o relativismo.

Conforme Cuenca e Hilferty (2013), a LG desenvolve-se a partir de três importantes questões básicas: (i) a linguagem não é um módulo estanque, separado de outras faculdades cognitivas; (ii) a estrutura gramatical de uma língua reflete diferentes processos de conceptualização; (iii) o conhecimento linguístico emerge e se estrutura a partir do uso da linguagem. A primeira questão, ao contrário do paradigma de Chomsky, defende a ideia de que a linguagem não constitui um módulo inato e separado de outras capacidades cognitivas do ser humano. A segunda traduz o slogan de Langacker (1988): “gramática é conceptualização”. Conforme o teórico, a gramática de uma língua é o reflexo de distintos processos de conceptualização, ou seja, até mesmo os padrões de combinações das variadas estruturas de uma determinada língua são consequências de processos que ocorrem no nível do sistema conceitual humano. A terceira questão da Linguística Cognitiva, também desenvolvida por Langacker (1988), é a de que o conhecimento linguístico emerge e se estrutura a partir do uso efetivo da língua em eventos comunicativos reais, como já mencionado.

Dessa forma, a linguagem é definida como um domínio cognitivo que se comunica com outros domínios, passando a ser analisada num aspecto mais amplo das Ciências Cognitivas, como a Psicologia, a Antropologia ou as Neurociências, possibilitando, desta maneira, uma pesquisa interdisciplinar, tendo como objetivo final contribuir para o aprofundamento da investigação e do conhecimento da cognição humana. Nessa linha de pensamento, entendemos que a linguagem não se limita a uma simples faculdade comunicativa, ela é, antes de qualquer coisa, uma maneira de conceitualizar a realidade e de refletir essa conceptualização que está presente em todos os âmbitos que circundam a vida de todos nós.

Podemos mencionar que, no seguimento dos estudos pioneiros na área de Lakoff & Johnson (1980), aparecem outros estudos de Lakoff & Turner (1989) e Raymond Gibbs (1994). Na obra *The Poetics of Mind*, Gibbs (1994) apresenta-nos a estrutura da cognição humana como um mosaico estruturado por muitos processos poéticos e que a metáfora, em especial, é uma das estruturas fundamentais na conceptualização das experiências que surgem da nossa interação com o mundo que está ao nosso redor. Dito de outra forma, o ser humano recorre a metáforas visto que o seu sistema conceptual é em boa parte constituído de maneira metafórica (Lakoff & Johnson, 2002; Gibbs, 1994).

Os primeiros trabalhos em metáfora conceptual focavam especificamente em verificar a sistematicidade dos conceitos metafóricos e analisá-los sob diferentes pontos de vista (Gibbs, 2008; Soriano, 2012). Na atualidade, notamos um crescente interesse em questionar os fatores contextuais que explicam o surgimento de metáforas na interação cotidiana (Kövecses, 2015), bem como na análise da metáfora conceptual em discursos especializados (Soares da Silva, 2016; Semino y Demjen, 2017; Semino et al., 2018).

A pesquisa se insere num âmbito sócio-cognitivo que se estruturam social e discursivamente na comunicação, estabelecendo identidades e relações sociais ao serem comunicadas, que estão sujeitas a transformação constantemente através do fluxo e refluxo das relações intergrupais.

O conceito de metáfora foi redirecionado a partir dos estudos de (Lakoff y Johnson 2002). Esses autores afirmam que os seres humanos vivem segundo as metáforas que há na cultura em que estão inseridos. Isso nos leva a concluir que as metáforas estão presentes em todos os tipos de linguagem e de discurso, até mesmo na linguagem científica e técnica.

Em *Metaphors we live by*, Lakoff & Johnson dividem as metáforas em três tipos: estruturais, orientacionais e ontológicas: As metáforas estruturais ocorrem em situações em que um conceito é metafóricamente estruturado em termos de outro. Na visão dos teóricos em questão, podemos, por exemplo, estruturar o conceito TEMPO em termos do conceito DINHEIRO, criando a metáfora conceitual TEMPO É DINHEIRO. Essa metáfora, por sua vez, geraria expressões metafóricas, como: “Você está gastando seu tempo”. (2002, p. 7). As metáforas orientacionais partem da orientação corporal (acima/abaixo, dentro/fora, frente/trás etc.). Por meio das metáforas orientacionais, projetamos orientações espaciais em objetos, conceitos que não têm uma orientação espacial intrínseca. Quando utilizamos expressões metafóricas, como: “A bola está em frente da pedra” (2002, p. 42), estamos projetando orientações espaciais (no exemplo, “frente”) em objetos que não têm uma frente intrínseca. Já as metáforas ontológicas nos permitem ver eventos, ações, estados, ideias e emoções. Por meio das metáforas ontológicas, eventos e ações são conceptualizados metafóricamente como objetos; atividades como substâncias e estados como recipientes. De modo que a metáfora conceitual INFLAÇÃO É UMA ENTIDADE gera expressões metafóricas como “Nós precisamos combater a inflação” (2002, p. 26).

Assim, tem sido amplamente destacado por vários autores, com destaque para o enfoque de Lakoff & Johnson (2002), que a metáfora é uma ferramenta conceptual, funcionando por meio da criação de mapeamentos parciais entre dois domínios cognitivos, o domínio-fonte e o domínio-alvo, de modo que os domínios cognitivos são vistos como campos coerentes do conhecimento que se ajustam ao contexto de determinados conceitos. Nessa perspectiva de pensamento, os conceitos abstratos, que se configuram essenciais à existência humana, como: o amor, a vida e a morte. São, assim, compreendidos e conceptualizados enquanto domínios-alvo, por intervenção de mapeamentos parciais baseados em domínios-fonte concretos, o que leva ao surgimento de metáforas conceptuais, como cita Lakoff & Johnson, (2002, 47): “O amor é uma viagem”. É uma amostra de metáfora conceptual (não expressão metafórica), que realiza a projeção entre um Domínio de Origem (VIAGEM) e que pode ter várias efetivações linguísticas, como “Estamos numa encruzilhada”, “Olha onde chegou a nossa relação” ou “Estamos a ir muito depressa”. Essas orações transmitem uma única metáfora conceitual. Nessa linha, é conveniente que façamos a diferença entre “metáfora conceptual” e “expressão metafórica”. A expressão metafórica equivale a uma expressão linguística que transporta uma metáfora conceptual, ou seja, diz respeito a uma expressão de um pensamento metafórico. Dessa forma, entendemos que uma expressão projeta imagens mentais que possibilita diversos domínios, que, linguisticamente, podem se concretizar de muitas formas.

Kövecses (2015), em seus estudos, foi o primeiro que identificou a metáfora conceptual “esporte é guerra” que, adaptada ao universo do futebol, dá origem à metáfora conceptual “futebol é guerra”. No âmbito da análise semântica das manchetes do periódico *El Mercurio*, identificamos várias expressões linguísticas que recorrem a essa metáfora conceptual na análise de realizações metafóricas. Há de se mencionar também o trabalho de Maria Clotilde Almeida, intitulado *Jogar futebol com as palavras*, no qual a autora faz um estudo profundo entre a linguagem e o jornalismo e nos leva a entender que as metáforas estão presentes ao tratar de futebol. Na obra, há uma variedade de pontos demonstrando haver uma relação entre o futebol e a guerra, no que se refere à estrutura, e isso se materializa também nas manchetes das notícias de *El Mercurio*.

Assim, “futebol é guerra” é um caso claro de metáfora conceptual presente no nosso cotidiano. Tal expressão linguística faz uma projeção entre um domínio de origem/fonte (guerra) e um domínio alvo (futebol), e pode ter várias realizações linguísticas como, por exemplo: “No segundo tempo da partida a batalha continua”, “O atacante do time chutou uma bomba na trave do adversário” e “Os torcedores elogiaram a tática do adversário”, enunciados comuns no dia a dia de

qualquer pessoa que gosta de futebol e acompanha notícias que reportam ao mundo futebolístico. Na Copa do Mundo da Rússia de 2018, tivemos a oportunidade de verificar muitas dessas metáforas nas manchetes dos jornais de algumas partes do mundo, bem como do Chile.

## 2. *EL Mercurio* e a notícia como discurso futebolístico

*El Mercurio* é um jornal chileno considerado de direita e tradicional, fundado em 1º de junho de 1900 por Agustín Edwards Mac-Clure. Muitas edições circulam no país (Pinto y Cardini, 2002), como outros jornais importantes da América Latina de língua espanhola, *La Nación* (da Argentina), *EL Comercio* (do Equador), *O Globo* (do Brasil), *El Universo* (do México) e *El Tiempo* (da Colômbia). *El Mercurio* de Valparaíso pertence ao GDA (Grupo de Diários de América). Esse jornal teve sua primeira edição em setembro de 1827. É o mais antigo não só do Chile como de toda América Latina de língua castelhana.

Historicamente, o jornal *El Mercurio* passou por fases importantes do país. Podemos mencionar, por exemplo, a oposição que fez à candidatura do presidente Salvador Allende, como consequência tal governo tentou censurar, influenciar sua administração e, principalmente, proibir a veiculação, o que gerou obviamente um clima tenso entre governo e esse meio de comunicação. É de destacar também os diversos ataques que o periódico sofreu no marco da reforma universitária nos anos sessenta e setenta e, posteriormente, com a indicação de reitores pelo Regime Militar nos anos oitenta (Araya, 2008). No final dos anos 1990, arquivos da CIA mostraram que *El Mercurio* recebeu financiamento do então presidente dos Estados Unidos, Richard Nixon, com o objetivo de desestabilizar o governo de Allende<sup>3</sup>. Em decorrência disso, demonstrou apoio ao Regime Militar de Augusto Pinochet, conforme o Informe Rettig de 1991<sup>4</sup>, época em que o jornal deixou de utilizar a expressão "presuntos detidos desaparecidos"<sup>5</sup> para se referir a vítimas de violações dos direitos humanos.

Nos dias atuais, além das edições impressas, existe a versão online. Também mudou o formato no qual as notícias eram estruturadas, mas permanece em formato broadsheet. Em 2001 diminui o tamanho de suas páginas e começa a utilizar as fotografias e toda iconografia em cores, antes só as edições especiais vinham coloridas, segue um modelo europeu. Ao longo dos anos, *El Mercurio* tem adaptado aos padrões de outros países, com o objetivo de atrair cada vez mais os setores mais populares, embora seja um dos periódicos mais caros do Chile.

A cultura nacional de qualquer povo constitui um dos principais recursos de identidade cultural. Uma cultura nacional é um discurso – uma forma de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos.

Levando em consideração que o jornalismo futebolístico é também uma prática discursiva, Traquina (2005) observa que, ao longo da história, os jornalistas desenvolveram uma maneira própria de falar, ou seja, criaram uma “língua própria”, na tentativa de se aproximar cada vez mais do público-alvo.

<sup>3</sup> Informe da Comissão do Senado Estadunidense. Disponível em: [http://www.archivochile.com/Derechos\\_humanos/Com\\_Rettig/hddrettig0011.pdf](http://www.archivochile.com/Derechos_humanos/Com_Rettig/hddrettig0011.pdf)

<sup>4</sup> Comissão Nacional da Verdade e Reconciliação - organismo criado no Chile, em 1990, pelo presidente Patricio Aylwin Azócar, com o objetivo de contribuir para o esclarecimento da verdade sobre as graves violações dos direitos humanos cometidas entre 11 de setembro de 1973 e 11 de março de 1990, período que corresponde ao regime militar do General Augusto Pinochet.

<sup>5</sup> *La Nación*, 17 de diciembre de 2006: *Crímenes de lesa humanidad*

O futebol é um ritual. Tais rituais são tipos naturais de atividades para indivíduos ou membros de uma cultura. Secreti (2010) indica que as metáforas culturais são divulgadas por meio dos rituais e como resultado não há cultura sem ritual. Assim, o futebol é mais propriamente uma expressão cultural e as metáforas encontradas nas manchetes do futebol retratam a forma específica como nossa sociedade conceitualiza o futebol (Lakoff e Johnson, 2002).

Nessa perspectiva, as metáforas têm o seu lugar cativo na linguagem jornalística do futebol, porque desempenham uma função essencial, principalmente, na transformação de temas de caráter científico e sua terminologia em uma linguagem simples, acessível para todos os grupos sociais.

Quando se refere ao gênero jornalístico denominado notícia, Chaparro (1998) assinala duas maneiras de concebê-lo: (i) em sentido geral, ou seja, o que diz respeito a tudo que a imprensa jornalística pública, notadamente o que se publica frequentemente acerca do que se concebe como informação atual e de interesse da população. Dessa maneira, ao se falar em notícia, generalizam-se todos os gêneros discursivos que circulam no jornalismo; (ii) de forma contrária, no sentido mais restrito ou técnico, trata-se de um gênero textual independente dentro dos vários tipos de gênero jornalístico cuja função é informar. Nesse segundo modo de ver, a notícia é o tipo de discurso mais banal nos meios de comunicação, pois se presta só a informar o leitor e se apresenta como um texto neutro, sem manifestar opiniões do autor, uma vez que não se faz um estudo profundo do fato noticiado, comprometendo-se em somente mostrar determinado acontecimento. Nessa perspectiva, a notícia não é um fato, mas um relato que se caracteriza por ser uma leitura mais profunda, “iremos perceber a ideologia que reflete e refrata a realidade por ela veiculada e que procura se ocultar sob um texto coberto de consensos e de supostas verdades” (Melo, 1992, p.3).

Autores como Correia (2011) e Lage (2006) têm se dedicado a estudar a notícia na tentativa de desvendar as intenções implícitas ante o discurso referencial e informativo aparentemente neutro. Segundo os autores mencionados, essa não é uma tarefa fácil, porque é necessário analisar todo o aparato que circunda o fato noticioso, desde o conteúdo, as condições de produção, o contexto situacional, as unidades paratextuais e supratextuais a fim de compreender a pretensa verdade atravessada pela ideologia.

Sob o prisma cognitivo, van Dijk (1988) aponta a análise da estrutura da notícia para além do nível sentencial. Conforme o autor, a notícia tem uma estrutura de destaque que assinala ao sujeito-leitor qual informação é mais relevante dentro da própria notícia. Ademais, indica que "as formas estruturais e os sentidos globais não são arbitrários, mas o resultado de hábitos sociais e profissionais do jornalista" (1988, p. 32). O autor critica a análise da estrutura noticiosa que não se compara aos "contextos cognitivos e socioculturais da produção e recepção de notícias" (1988, p. 34), à medida que sugere que a análise dessa estrutura da notícia não deixa de considerar as condições sociais, institucionais e profissionais.

### 3. Metodologia

A pesquisa é de natureza qualitativa. Para isso foi elaborada uma análise indutiva, baseada em análises de emprego de metáforas, a fim de explicar os sistemas conceptuais, tendo como ponto de partida as regularidades de contextos específicos de uso da língua. Realizou-se um tipo de análise bottom-up, i.e. do discurso para o pensamento (Ferreira, 2015), com base nas metáforas linguísticas identificadas em notícias, cuja metáfora conceptual fosse “futebol é guerra”.

O corpus foi coletado na seção de esporte do jornal *El Mercurio*, no período de 14/06/2018 a 15/07/2018, período de realização da Copa do Mundo da Rússia. Foram coletadas 52 manchetes de notícias que se referiam ao Mundial, das quais 37 remetiam à metáfora “futebol é guerra”.

Depois de agrupadas, foram analisadas pelo investigador. A nossa pesquisa exigiu que dividíssemos a macrometáfora “futebol é guerra” em três grupos que remetem a esse contexto, a saber: o evento, o duelo e o resultado. Aplicamos os procedimentos de Lakoff & Johnson (2002) e Kövecses (2015) para identificação das metáforas conceptuais. Assim, seguiu-se o esquema:

a) Identificação das expressões metafóricas nas notícias em *El Mercurio*.

b) Análise dos domínios conceptuais das metáforas;

c) Indicação da metáfora conceptual “futebol é guerra” de cada expressão metafórica analisada na pesquisa.

#### 4. Resultados e análise de dados

Aproximadamente 50% das notícias investigadas revelaram que futebol, na Copa do Mundo de 2018, foi conceitualizado como guerra. É necessário destacar que, na linha dos estudos cognitivos, “futebol” (domínio alvo) é conceitualizado em questões relativas à guerra (domínio fonte/origem), conforme discutido.

Como mencionado na metodologia, a partir da macrometáfora “futebol é guerra”, as metáforas foram divididas em três conceitos: o evento (a Copa do Mundo de Futebol), o duelo (as partidas, o conflito físico, as táticas dos técnicos, dos jogadores etc.) e o resultado (a vitória ou fracasso).

Apresentamos, em seguida, as orações que atualizam a metáfora conceptual “futebol é guerra” no corpus. O primeiro grupo faz referência ao conceito de evento: a guerra e suas táticas.

- (1) El Mundial donde Sudamérica quiere recuperar el terreno perdido ante las potencias europeas (14/06/2018)
- (2) En medio de un tenso ambiente, Argentina busca evitar la catástrofe (26/06/2018)
- (3) CR7 mecaniza la perfección y hace sufrir a España (16/06/2018)
- (4) Las revoluciones tácticas que remecieron la Copa del Mundo (16/06/2018)
- (5) La revolución de Tite (17/06/2018)
- (6) La Selección Francesa se coronó de forma invicta: EL orden táctico y el contrataque subordinaron el talento individual del monarca (16/08/2008)
- (7) El Mundial tiene un sistema táctico de moda y muy pocas innovaciones (24/06/2018)

As expressões em destaque acima atualizam a metáfora “futebol é guerra” por intermédio de sentenças para se referirem ao local onde ocorre o futebol e aos bastidores, bem como às táticas utilizadas no campo de futebol (e fora dele) pelos líderes desses times. Em (1) e (2) as expressões “terreno perdido” e “tenso ambiente” remetem à questão espacial, palco de batalhas, onde jogadores aptos a táticas de guerra se preparam para a luta. A arena onde acontece a partida de futebol é decorada com bandeiras, e lá se ouvem hinos e gritos de guerra<sup>6</sup> das torcidas. O domínio fonte “guerra” é ativado para descrever o local de tensão onde os jogadores se concentram e

<sup>6</sup> Palavra ou frase bradada em uníssono para excitar o entusiasmo das tropas em ataque: antes das batalhas, os soldados entoavam os seus gritos de guerra. Por extensão: palavra ou frase utilizada para motivar equipes: antes de entrar em campo, o capitão puxou o grito de guerra do time. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/grito-de-guerra/>



enfrentam o adversário, característica dos que lutavam numa guerra e teriam que ganhar em nome de um país, de um povo e de uma causa. Em (3), (4), (5), (6) e (7) falam de “táctica”, “perfección”, “revolución”, tais expressões linguísticas atualizadoras da metáfora conceptual nas manchetes, são originalmente do campo semântico da guerra. Indicam condutas/ações/estratégias que os próprios jogadores têm que assumir perante um campeonato tais quais em uma guerra. Como na cultura chilena o futebol é, muitas vezes, de tal forma conceptualizado, se passa despercebido que tais itens lexicais são do domínio origem guerra. Quer o indivíduo goste ou não de futebol, o futebol é parte significativa da sociedade e sempre ocupará um lugar de destaque da cultura desse país.

O segundo grupo de expressões linguísticas aponta para as ações típicas dos envolvidos na guerra: a luta, reações, ações.

- (8) Saudita en Moscú: destroza al incauto equipo de Pizzi (15/06/2018)
- (9) Un duelo que asoma definitorio (16/06/2018)
- (10) México se queda con un duelo caliente (22/06/2018)
- (11) Rumore, motines y peleas: la tensión que se toma la albiceleste (24/06/2018)
- (12) Pekerman sacude el tablero para volver a meter a Colombia en la pelea (24/06/2018)
- (13) Senegal se relaja antes de un duelo crucial (24/06/2018)
- (14) Colombia reaparece en Rusia y pisotea a Polonia para soñar con los octavos y finales (25/06/2018)
- (15) Japón saca la tarea adelante y obliga a Senegal a sumar en su último duelo (25/06/2018)
- (16) El proyecto de Inglaterra levanta vuelo con una paliza a la débil Panamá (25/06/2018)
- (17) Arabia Saudita y Egipto se despiden en un duelo por el honor (25/06/2018)
- (18) En un choque la dupla Suárez-Cavani amenaza (26/06/2018)
- (19) Un demolidor Mbappé le roba el alma a la Argentina de Messi (01/07/2018)
- (20) El matador Cavani acaba con la ilusión de Portugal de Cristiano (02/07/2018)
- (21) España se atraganta con más de mil pases y Rusia la demuele en los penales (02/07/2018)
- (22) Brasil derrotó sin sufrir a los aztecas y avanzó a cuartos de final: Neymar lideró la banda brasileña que borró y dejó al scratch soñando con su sexto título (02/07/2018)
- (23) Croacia destroza a sus rivales por cansancio y va por una inédita corona (12/07/2018)
- (24) Inglaterra y Bélgica vuelven a chocar en el “partido que nadie quiere jugar” (14/07/2018)
- (25) Francia y Croacia disputan la Copa más deseada del fútbol (15/07/2018)
- (26) Los duelos que decidirán al nuevo campeón del mundo (15/08/2018)
- (27) La fiesta de Francia empezó con goles y terminó con euforias y abrazos bajo el diluvio moscovita (16/08/2018)
- (28) Francia, el finalista letal que tiene estrategia y munición para todas las batallas (11/07/2018)

Nessas manchetes, as partidas de futebol são conceituadas como “duelo”, exemplos (9), (10), (13), (15), (17) e (26); como ação expressa por “destróçar”, exemplos (8) e (23); como “motins”, “lutas”, “euforia”, “batalha” (11), (12), (27) e (28); com as ações expressas pelos verbos “pisotear”, “ameaçar”, “demolir”, “derrotar” e “chocar” (14), (18), (21), (22), (25) e com os substantivos “pisa”, “demolidor” e “matador” (16), (19) e (20). Pode-se verificar que todas essas expressões linguísticas são do campo semântico guerra. Leva-se a entender que enquanto os jogadores duelam, destroçam, ameaçam, lutam; outros são demolidores, matadores, dão pisa, chocam-se, ficam eufóricos etc. Nos noventa minutos que dura a partida, não há “limite” dentro de campo para vencer o adversário. Em meio a tantas tensões, os jogadores de futebol passam pressão física e psicológica, considerando os milhões de torcedores de um país (no caso de uma Copa do Mundo) estão esperando uma vitória de sua seleção que representa toda uma nação e os jogadores não medirão esforços para ser “heróis” e levarem alegria ao país que representam.

O Terceiro grupo de expressões apresenta o grupo de manchetes que conceituam guerra como o resultado da luta: a vitória ou o fracasso.

- (29) Harry Kane lidera la ilusión de glorias pasadas en Inglaterra (18/06/2018)
- (30) Senegal y Mané van por el primer triunfo africano (19/06/2018)
- (31) Los éxitos y fracasos de la FIFA que antecedieron (20/06/2018)
- (32) Un triunfo suizo que se festeja al albanés (23/06/2018)
- (33) Triunfo de Nigeria mantiene con vida la esperanza de argentina (23/06/2018)
- (34) Bélgica se decide ganar y gana con fuego (29/06/2018)
- (35) El camino a la gloria de Francia y Bélgica tiene una parada crucial en San Petersburgo (10/07/2018)
- (36) El corto camino de Croacia para triunfar en el deporte (13/07/2018)
- (37) La victoria de Moscú es calificada como la más importante en la historia de la selección azteca (18/06/2018)

O *corpus* acima revela que o conceito de “futebol” é construído a partir dos resultados de uma partida de futebol que levam à vitória ou à derrota, por extensão, remete ao campo semântico da guerra. A obsessão dos times, dos jogadores e dos torcedores pela vitória obviamente. Observa-se nos exemplos (29), (30), (31), (32), (33), (34), (35), (36) e (37) por meio dos termos respectivamente “glorias”, “triunfo”, “éxitos y fracasos”, “triunfo”, “triunfo”, “ganhar y ganhar”, “gloria”, “triunfar” e “victoria”. Essas recorrências de expressões linguísticas atualizam a metáfora conceptual de que “futebol é guerra”, pois todos que lutam (jogam) numa batalha (guerra) almejam à glória (victoria), mesmo que para alguns, como consequência natural, venha a derrota, a perda. Os jogadores das seleções que participaram da Copa são referidos como lutadores numa guerra cujo único objetivo é vencer. A glória revela um triunfo não só dos jogadores, mas também do país que eles representam e no qual são recebidos com honras como verdadeiros heróis, como em épocas antigas quando os guerreiros saíam a disputarem em terras alheias e que sua volta representaria a vitória daquele povo também. É conveniente mencionarmos que no Chile os esportistas, por extensão os jogadores de futebol, quando conseguem vencer um campeonato no exterior, ao

retornarem ao país, são recebidos como heróis pelo Presidente da República no Palacio la Moneda e pela população.

Na Tabela 1 quantificamos as micrometáforas encontradas na macrometáfora motivadas pelo domínio experimental FUTEBOL É GUERRA.

**Tabela 1.** Resultado da análise das micrometáforas

Micrometáfora	Quantidade no corpus geral	Porcentagem
Guerra e suas táticas	7	18,9%
Luta, ações e reações	21	56,76%
Vitória ou derrota	9	24,34%
Total	37	100%

Como se verifica na Tabela 1, os significados sociocognitivos de futebol, nas manchetes analisadas nos três subgrupos, é concebido são compreendidos em termos do conceito de guerra. Esse conceito de futebol é produzido a partir do conceito de espaço (guerra e suas táticas), ocupando 18,9% do corpus, ou seja, o subgrupo menos representativo; enquanto vitória ou derrota ocupou a segunda colocação com 24,34% e o subgrupo mais representativo se refere ao embate (a luta e suas ações e reações) com 56,76%.

Para a micrometáfora “guerra e suas táticas”, num jogo de futebol, podem-se empregar todos os fundamentos das guerras convencionais a fim de se conseguir vitória. Nessa premissa usa-se um conjunto de estratégias com a finalidade de tornar o time mais competitivo e vencer a disputa. As posições que os jogadores ocupam em posições diferentes, o ataque, a defesa, os dribles, as manobras e os contra-ataques: são táticas que se os jogadores atuarem de modo adequado, entendendo o comportamento do adversário leva a vitória, tanto numa guerra como num campo de futebol.

Já para a micrometáfora “luta, ações e reações”, em termos de futebol, são as ações dos jogadores ao abordar com grande intensidade outro jogador adversário, o palco da luta é o estádio. Assim, como, numa guerra, envolve o domínio da bola e do adversário, ataque ao jogador opositor, defesa depois do ataque, o contra-ataque depois do ataque. Ações e reações a fim da vitória de ambos os lados.

Por último a micrometáfora, “vitória ou derrota” são concepções e atos que têm por finalidade única: propiciar condições para que o time chegue à vitória da disputa. Poderá, no entanto, ter resultado contrário, caso os competidores - os jogadores - não entenderem as táticas ou atuarem de forma errada, levando-os a derrota.

Quanto à análise quantitativa, o corpus coletado durante um mês, entre junho e julho, de realização da Copa o jornal *El Mercurio* nos possibilitou realizar o levantamento necessário para chegarmos aos resultados apresentados na tabela acima. Esses resultados indicam que o domínio experiencial futebol serve de domínio-fonte para expressões metafóricas, porém ainda se adequa para o domínio-alvo. O domínio futebol vai fomentar expressões metafóricas no espanhol chileno na imprensa online.

## Conclusões

Por meio do presente estudo foi possível constatar a importância das metáforas conceituais e respectivas realizações metafóricas do futebol como guerra na imprensa chilena, no caso do jornal *El Mercurio*. Do mesmo modo, concluiu-se que, mediante a aplicação da fundamentação teórica, subdividindo a macrometáfora “futebol é guerra” em micrometáforas, depois da análise semântica, pode-se verificar que de igual modo remetem ao campo semântico da guerra seja como evento, seja como duelo, seja como vitória/derrota. Atesta-se, assim, o postulado fundamental da semântica cognitiva de que o significado é inseparável da experiência física, social e cultural.

Lakoff & Johnson (2002) contemplam o futebol como um ritual. Para os autores, tais rituais são ações naturais de sujeitos pertencentes à determinada cultura. Sugerem, assim, que as metáforas culturais são transmitidas por meio de rituais de modo que não existe cultura sem ritual. Isso nos leva a conclusão que o futebol como expressão cultural e as metáforas subjacentes nas notícias do futebol chileno confirmam isso, e de modo característico, como a sociedade chilena conceptualiza o futebol.

O futebol é um elemento importante da cultura chilena e isso conseqüentemente espelha-se no espanhol chileno. Os vários ângulos das partidas, de seus componentes, bem como componentes da vida cultural que se relacionam com a experiência com o futebol, como símbolos, são representados por intermédio de expressões metafóricas que irão determinar algumas características dentro desse domínio. Essas opções muito possivelmente estão conectadas com a função da cultura e do contexto no uso da língua. Tais questões possivelmente podem elucidar o uso das metáforas na imprensa chilena, mais especificamente do jornal *El Mercurio*, no período de 14/06/2018 a 15/07/2018, período de realização da Copa do Mundo da Rússia nas 37 manchetes analisadas.

Assim, nas manchetes analisadas, ficou evidente que o elo entre história e guerra continua ativo nos modelos conceituais tanto por meio das lexicalizações da nomenclatura utilizada no futebol como no número expressivo da macrometáfora “futebol é guerra”, ou seja, das 52 manchetes coletadas no período indicado, 37 remetiam a essa metáfora, com a seguinte subdivisão: o primeiro grupo com sete manchetes que aludiram ao futebol como evento, o segundo grupo com nove manchetes como vitória ou derrota, remetendo ao resultado de uma guerra, o terceiro, e último grupo com 21 manchetes que se relacionavam com as ações típicas dos que estão envolvidas num ato de guerra. Mesmo que não tenha sido o foco de nosso artigo, é interessante mencionar a conceptualização metafórica do futebol chileno hoje em termos de guerra para entender a violência que algumas partidas geram nos estádios, bem como a reação dos torcedores quando seus times perdem ou ganham as disputas tornam-se verdadeiros campos de batalha.

Confirmamos, dessa forma, que, a partir da análise das referidas manchetes e das teorias acima expostas, a metáfora, ao contrário do que era proposto pela visão tradicional – ornamento linguístico, figura de linguagem utilizada apenas no discurso poético ou persuasivo -, está presente no próprio pensamento nas nossas experiências do mundo que se materializam na linguagem do dia a dia e, por extensão, no futebol e no espanhol chileno.

O presente estudo servirá de ponto de partida para um amplo exame dos mecanismos cognitivos nas manchetes de futebol presentes no discurso da mídia chilena, uma vez que se revelou um campo propício para discussão e não explorado no Chile. Nessa perspectiva, por exemplo, um trabalho para entender a violência que há entre as torcidas rivais nos estádios de futebol na atualidade, como as torcidas dos dois maiores times de futebol do Chile: do Colo Colo, a “Garra Blanca” e da Universidad de Chile, “Los de Abajo” como “liberalização” da metáfora “futebol é guerra”, seria, sem dúvida, uma grande contribuição à área.

**Referências**

- Almeida, M. C. (1995). *Transitividade e Trajectória nas Concepções de 'Abrir' e 'Cortar' em Português e Alemão: Análise Prototípico-Analogista*. (Tese de Doutorado em Linguística). Universidade de Lisboa, Portugal.
- Araya, P. (2008). El Mercurio Miente (1967): siete notas sobre escrituras expuestas. *Revista Austral de Ciencias Sociales* (14), 157-172.  
<https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2008.n14-08>
- Chaparro, M. C. (1998). *Sotaques d'aquém e d'além-mar: percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro*. Santarém: Jortejo.
- Correia, J. C. (2011). *O admirável mundo das notícias: Teorias e métodos*. Covilhã: LabCom Books.
- Batoréo, H. J. (2004). *Linguística Portuguesa: Abordagem Cognitiva*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Bernedo Pinto, P. y Arriagada Cardini, E. (2002). Los inicios de El Mercurio de Santiago en el epistolario de Agustín Edwards Mac Clure (1899-1905). *Revista Historia PUC*, (35), 13-33.
- Cuenca, M. y Hilferty, J. (2013). *Introducción a la Lingüística Cognitiva*. Barcelona: Ariel.
- Cruz A., E. S. (1991). *Crónica de un encuentro: Fútbol y cultura popular*. Santiago de Chile: Ediciones Instituto Profesional Arcos.
- Evans, V. y Green, M. (2006). *Cognitive Linguistics: an introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Ferreira, L. C. (2015). Metáfora e futebol na Mídia das Gerais. *Revista Pontos de Interrogação*, (5), 79-102.  
<https://doi.org/10.30620/p.i..v5i1.2689>
- Geiger, R. y Rudzka-Ostyn, B. (Eds.) (1993). *Conceptualizations and Mental Processing in Language*. Berlin - New York: Mouton de Gruyter.  
<https://doi.org/10.1515/9783110857108>
- Gibbs, R. (1994). *The Poetics of Mind: Figurative Thought, Language, and Understanding*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gibbs, R. (2008). Metaphor and Thought: The state of the art. En R. Gibbs (Ed.), *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought* (pp. 3-13). Cambridge: Cambridge University Press.  
<https://doi.org/10.1017/cbo9780511816802.027>
- GOBIERNO DE CHILE. Informe Rettig. Disponível em:  
[http://www.archivochile.com/Derechos\\_humanos/Com\\_Rettig/hhddrettig0011.pdf](http://www.archivochile.com/Derechos_humanos/Com_Rettig/hhddrettig0011.pdf) -
- Kövecses, Z. (2015). *Where metaphors come from*. Oxford: Oxford University Press.
- Large, N. (2006). *Linguagem jornalística*. São Paulo: Ática.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (2002). *Metáforas da vida cotidiana*. Coordenação de tradução: M. S. Zanotto. São Paulo: Mercado das Letras.
- Lakoff, G. y Turner, M. (1989). *More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago: The University of Chicago Press.  
<https://doi.org/10.17851/2359-0076.12.14.73-75>
- Langacker, R. W. (1988). A usage-based model. En B. Rudzka-Ostyn (Ed.), *Topics in Cognitive Linguistics*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, pp 61-127.

- Langacker, R. W. (1990). *Concept, Image and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar*. Berlin - New York: Mouton de Gruyter.  
<https://doi.org/10.1017/s0022226700015346>
- Langacker, R. W. (1991). *Foundations of Cognitive Grammar*. Stanford: Stanford University Press.
- Lima, J. P. (1989). Significado Avaliativo: para uma Clarificação à Luz de uma Semântica Prática. (Tese de Doutoramento em Linguística), Universidade de Lisboa. Portugal.
- Melo, J. M. (1992). *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo: FTD.
- Moya, P. & Carrió-Pastor, M. L. (2018) La atenuación en los comentarios sobre las noticias digitales en periódicos de España y Chile. *Revista de Lingüística Filología y Traducción*, (40), 56-76.  
<https://doi.org/10.7764/onomazein.40.04>
- Romano, M y Porto, M.L. (Eds.). (2016). *Exploring discourse strategies in social and cognitive interaction*. Amsterdam: John Benjamin Publishing Company.
- Rosch, E. y Lloyd (Ed.) (1978). *Cognition and Categorization*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rudzka-Ostyn, B. (Ed.) (1988). *Topics in Cognitive Linguistics*. Amsterdam: John Benjamins.
- Semino, E. y Demjen, Z. (Eds.). (2017). *The Routledge Handbook of Metaphor and Language*. Londres: Routledge.
- Semino, E., Demjen, Z., Hardie, A., Payne, S. A. y Rayson, P. E. (2018). *Metaphor, Cancer and the End of Life: A Corpus-based Study*. Londres: Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315629834-1>
- Screti, F. (2010). Fútbol, guerra, naciones y política. *Razón y palabra*, 74. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199516111038.pdf>
- Silva, A. S. (1997). A Linguística Cognitiva. Uma breve introdução a um novo paradigma em Linguística. *Revista Portuguesa de Humanidades*, (1), 59-101.
- Silva, A. S. (org.). (2001). *Linguagem e Cognição: A Perspectiva da Linguística Cognitiva*. Braga: Associação Portuguesa de Linguística e Universidade Católica Portuguesa.  
<https://doi.org/10.21747/2183-9077/raplnp>
- Soares, A. S. (2016). The persuasive (and manipulative) power of metaphor in ‘austerity’ discourse. En M. Romano y M. L. Porto (Eds.), *Exploring discourse strategies in social and cognitive interaction* (pp. 79-108). Amsterdam: John Benjamin Publishing Company.  
<https://doi.org/10.1075/pbns.262.04soa>
- Soriano, C. (2012). *La metáfora conceptual. Lingüística cognitiva*. Barcelona: Anthropos.
- Taylor, J. R. y Maclauray, R. E. (eds.) (1995). *Language and the Cognitive Construal of the World*. Berlin - New York: Mouton de Gruyter.
- Teixeira, J. (2001). *A Verbalização do Espaço: Modelos Mentais de Frente/Trás*. (Tese de Doutoramento em Linguística). Universidade do Minho.
- Traquina, N. (2005). *A tribo jornalística uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular.
- Tsohatzidis, S. L. (Ed.) (1990). *Meanings and Prototypes. Studies in Linguistic Categorization*. London and New York: Routledge.  
<https://doi.org/10.1017/s0047404500016614>
- Van Dijk. T. (1988). *News as Discourse*. NJ: Erlbaum Associates.