



## Metaforização em discursos jornalísticos: uma análise do jornal Tribuna do Paraná<sup>1</sup>

Fabiana PELINSON<sup>2</sup>

Elias José MENGARDA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

### RESUMO

Este artigo dialoga sobre a utilização de metáforas em discursos jornalísticos nas páginas do jornal impresso Tribuna do Paraná. Para tanto, optou-se por compor um *corpus* das edições no período de 26 a 31 de março de 2012. Assim, foi verificada se as metáforas são utilizadas em discursos, como o jornalístico, e investigada a incidência de metáforas em manchetes, chamadas, aberturas e títulos. Foram utilizados os conceitos propostos por Lakoff e Johnson (2002), partindo da Teoria da Metáfora Conceptual (TMC). Os resultados comprovam a TMC e confirmam que a visão tradicional é reducionista. As metáforas são utilizadas neste discurso jornalístico e constituem um recurso linguístico. Além disso, representaram um uso expressivo, pois foram encontradas em todas as edições, editoriais e divisões que nos propusemos analisar.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo impresso; Teoria da Metáfora Conceptual; metáforas; Tribuna do Paraná; linguística

### INTRODUÇÃO

A maioria dos jornalistas busca uma prática jornalística que revele um mundo subjacente àquele que encontramos todos os dias nas páginas dos jornais. Um jornalismo que fuja da superficialidade e que humanize os fatos objetivos que por eles são contados. Informações fragmentadas e objetivas fazem parte do atual jornalismo convencional, características que são justificadas pelo pouco tempo que os leitores destinam ao exercício da leitura.

Muitas são as formas pelas quais os jornalistas procuram despertar o interesse de seus leitores e fugir da mesmice dos meios de comunicação. O texto é um dos recursos mais utilizados, principalmente quando falamos em mídia impressa. Textos que

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo Intercom Jr. do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado em 30 de maio a 1 de junho de 2013

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo pela UFSM/FW e mestranda em Comunicação pela UFPR. Email: [fabianapelinson@gmail.com](mailto:fabianapelinson@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador desta pesquisa e professor do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo da UFSM/FW. Email: [eliasmengarda@yahoo.com.br](mailto:eliasmengarda@yahoo.com.br)



exploram o lado criativo de cada jornalista e a procura pela subjetividade por trás de acontecimentos objetivos são os mais almejados por profissionais que buscam romper com o jornalismo engessado atual. Características, estas, que fazem parte da prática do texto jornalístico mesclado com elementos da literatura. Além da profunda observação e fartura de detalhes, o jornalismo literário também faz uso das metáforas.

Propomo-nos romper com a visão tradicional da metáfora e o seu uso a partir da tese de Lakoff e Johnson (2002), onde a metáfora representa uma figura de pensamento, que subjaz nossa linguagem e também nossas ações. Dessa forma, as metáforas representam um fenômeno central da linguagem e do pensamento, constituindo assim um processo de criação cognitiva do redator.

Com esta pesquisa pretende-se constatar a utilização das metáforas, como forma de estruturar o discurso nos meios de comunicação, mais especificamente no jornal impresso, refletindo sobre o que essas metáforas indicam e qual a incidência em que foram utilizadas. Assim, a presente pesquisa tem por objetivo geral verificar se as metáforas, conforme Lakoff e Johnson (2002) são utilizadas em discursos, como o jornalístico e se constituem um recurso linguístico utilizado no meio impresso. Para tanto, analisou-se a incidência de metaforização das manchetes, chamadas, aberturas e títulos no jornal Tribuna do Paraná.

Diante disso, as questões que queremos refletir é a seguinte: a metáfora é um recurso utilizado neste jornal impresso? Qual a incidência de utilização de metáforas nas manchetes, chamadas, aberturas e/ou títulos no jornal Tribuna do Paraná? As metáforas são exclusivas de somente uma editoria? Somente uma categoria de metáfora é utilizada? E diante dessa utilização, o que essas metáforas indicam?

Os primeiros estudos deram-se por meio da leitura de materiais que compartilham de ideias que nos levam à hipótese de que, hoje, os meios de comunicação utilizam naturalmente as metáforas. Assim, as metáforas conceituais encontram-se em diversas formas de discurso, pois estão presentes no processo de comunicação humana. Parte-se da suposição de que esse recurso linguístico não é privilégio de somente uma editoria ou de apenas algum elemento do jornalismo.

## **1 JORNALISMO E LINGUAGEM LITERÁRIA**



Conforme Pena (2006), o jornalismo literário não rompe definitivamente com o jornalismo diário, ele apenas proporciona outras visões, ultrapassando os limites dos acontecimentos cotidianos. Os conceitos sobre jornalismo literário são muito amplos. Para Pena (2006), essa modalidade não apenas potencializa os recursos do jornalismo, ela dá criatividade, elegância e estilo, aplicando técnicas literárias de construção narrativa.

Necchi (2007) aponta alguns recursos característicos do jornalismo literário, como a profunda observação, imersão na história a ser contada, fartura de detalhes e descrições, textos com traços autorais, reprodução de diálogos e uso de metáforas, digressões e fluxo de consciência. Em função da padronização, os recursos utilizados no jornalismo literário vêm combater a monotonia do texto jornalístico, tornando o texto sedutor e agradável.

As composições textuais e as modalidades da língua que podem ser utilizadas são aspectos determinantes na produção do texto em jornal impresso. Lage (1997) afirma que a linguagem jornalística ideal deve conciliar comunicação eficiente com aceitação social. Conforme o autor, no jornalismo impresso a linguagem utilizada deve ser um denominador comum para que todos os leitores possam compreender o que o jornalista diz. Tanto o menos letrado quanto o mais culto deve compreender a linguagem utilizada e é crucial que a notícia seja entendida pelo leitor.

## **2 METÁFORA COMO FIGURA DE LINGUAGEM**

As figuras de linguagem, segundo Bastos (1997), são recursos expressivos usados para imprimir mais força, vivacidade e colorido ao pensamento. Ou seja, representam recursos não convencionais que o falante ou escritor cria para dar maior expressividade à sua mensagem.

As figuras de palavras consistem na substituição de uma palavra por outra, isto é, no emprego figurado, seja por uma relação muito próxima (contiguidade), seja por uma associação ou comparação. Segundo Bastos (1997), esses dois conceitos básicos – contiguidade e similaridade – permitem-nos reconhecer dois tipos de figuras de palavras: a metáfora e a metonímia.



A metáfora consiste em utilizar uma palavra no lugar de outra, sem que haja uma relação real, mas em virtude de que o indivíduo se associa e depreende entre elas, semelhanças.

Garcia (2006) define a metáfora como a figura de significação que consiste em dizer que uma coisa (A) é outra (B), em virtude de qualquer semelhança percebida pelo espírito entre um traço característico de A e o atributo *predominante*, atributo por *excelência*, de B. Assim, a metáfora é, em essência, uma comparação implícita. Ainda segunda a visão tradicional, as metáforas estão presentes apenas em romances, contos, crônicas, textos literários e poesias.

### **3 TEORIA DA METÁFORA CONCEPTUAL**

O uso repetitivo de metáforas na veiculação de notícias e, principalmente, na fala cotidiana, desfaz a perspectiva de existência da metáfora somente em textos literários. Esta ideia é movida pelos estudos de Lakoff e Johnson (2002), em que a metáfora está infiltrada na vida cotidiana, não somente na linguagem, mas também no pensamento e na ação.

#### **3.1 Processo de metaforização**

Tradicionalmente, as metáforas são consideradas um recurso linguístico utilizadas apenas em textos literários e poemas. Assim, as metáforas são utilizadas para expressar ideias que seriam difíceis de serem explicadas de forma literal.

Ao contrário da perspectiva tradicional, Lakoff e Johnson (2002) acreditam que as metáforas estão presentes na linguagem cotidiana e, por vezes, estão tão enraizadas em nossa cultura, que passam despercebidas aos nossos olhos. Essa visão tradicional, por anos, tem sido alvo de crítica por parte de muitos pesquisadores contemporâneos, que veem a teoria como simplista e redutora, por ser baseada exclusivamente na lógica.

A ruptura com o paradigma tradicional deu-se em 1980, a partir da publicação do livro *Metaphors we live by*, desenvolvida por Lakoff e Johnson. Com esse estudo, os autores comprovaram a onipresença das metáforas no discurso cotidiano e introduzem sua tese de que as metáforas não seriam uma mera figura de linguagem e sim uma figura de pensamento.



A metáfora é, para a maioria das pessoas, um recurso da imaginação poética e um ornamento retórico – é mais uma questão de linguagem extraordinária do que de linguagem ordinária. Mais do que isso, a metáfora é usualmente vista como uma característica restrita à linguagem, uma questão mais de palavras do que de pensamento ou ação. Por essa razão, a maioria das pessoas acha que pode viver perfeitamente bem sem a metáfora. Nós descobrimos, ao contrário, que a metáfora está infiltrada na vida cotidiana, não somente na linguagem, mas também no pensamento e na ação. Nosso sistema conceptual ordinário, em termos do qual não só pensamos, mas também agimos, é fundamentalmente metafórico por natureza (LAKOFF e JOHNSON, 1980, p. 45).

Assim, conforme os pesquisadores, sem a atuação constante da metáfora o pensamento seria impossível. Essa teoria ficou conhecida como a Teoria da Metáfora Conceptual (TMC).

Desenvolvida por Lakoff e Johnson em 1980, a Teoria da Metáfora Conceptual transfere o local da metáfora da linguagem para o pensamento. Desse modo, a metáfora tem por função estruturar a relação e a percepção de mundo dos falantes. Como explica Alvarez (2008), a metáfora linguística está na linguagem conceptual que, por sua vez, é gerada a partir das vivências do homem com seu próprio corpo com relação ao ambiente em que vive. O papel fundamental da linguagem seria, então, a estruturação do pensamento sobre o que se estrutura a comunicação.

De acordo com Lakoff e Johnson (2002), os sujeitos pensam conceitos metafóricamente estruturados, baseados nas suas interações com o meio social. Ou seja, o sistema conceitual de cada um é compreendido em termos de outros conceitos. Passos e Fonseca (2011) partem dessa compreensão e afirmam que o conhecimento da realidade é tido como uma construção mental, resultado de uma ação individual que depende da interação com o contexto sociocultural e também do conhecimento do indivíduo.

Interligada à vida humana, a metáfora faz com que as experiências sejam organizadas e uma operação cognitiva seja sistematizada, pois perpassa do simples anunciado para compreender uma coisa em termos de outra. (PASSOS e FONSECA, 2011). Os conceitos abstratos são metafóricos e estabelecem conexões entre domínios cognitivos, isso é convencionado pelos cognitivistas como projeção entre domínios.



As metáforas funcionam, segundo Lakoff e Johnson (2002), pela “exportação” de um domínio-fonte, em geral mais concreto, para um domínio-alvo, em geral mais abstrato. Assim, a Teoria da Metáfora Conceptual une a razão e a imaginação de modo que corpo e mente não são separados, permitindo que muitos conceitos sejam compreendidos a partir de metáforas construídas com base na experiência corporal. Portanto, o experiencialismo resgata a imaginação e o corpo.

O pensamento é concebido, segundo a semântica cognitiva, como esquemas imagéticos mapeados por diferentes domínios conceptuais que numa relação metafórica favorece a extensão de conceitos de tempo e espaço para outros campos semânticos. Dentro desse processo, surge a categorização e a projeção de informações entre domínios cognitivos (PASSOS e FONSECA, 2011).

Segundo os autores, a categorização constitui uma das capacidades cognitivas do processo mental, “uma das condições de possibilidade da linguagem em classificar, identificar e agrupar diferentes entidades em uma mesma categoria” (Passos e Fonseca, 2011, p. 03).

Essa categorização se organiza em torno de um núcleo prototípico, no qual se agrupam diferentes membros ou propriedades marcados por similaridades parciais ou “parencas-de-família” assim os limites entre si, bem como entre as diferentes categorias são, frequentemente, imprecisos (PASSOS e FONSECA, 2011).

Com base no que afirma Lakoff e Johnson (2002), os esquemas imagéticos são estruturas conceituais abstratas surgidas da experiência física e social de cada um que moldam as experiências perceptuais e influenciam o processamento da informação. Passos e Fonseca (2011) acrescentam que essas estruturas organizam o nosso pensamento projetando-se aos usos diários da linguagem.

### **3.2 Categorias de metáforas**

Na Teoria da Metáfora Conceptual, Lakoff e Johnson (2002) postulam três tipos de metáforas: Metáforas Estruturais, Orientacionais e Ontológicas.

#### **3.2.1 Metáforas estruturais**

Para Lakoff e Johnson (2002), as metáforas estruturais inserem-se no grupo em que um conceito é estruturado metaforicamente em termos de outro. Desse modo, a



metáfora parte de um domínio fonte, mais concreto, para um domínio alvo, mais abstrato.

Um exemplo descrito pelos autores explica o funcionalismo das metáforas estruturais. Na metáfora TEMPO É DINHEIRO, estruturada por Lakoff e Johnson (2002), podemos perceber como os conceitos dinheiro, trabalho e tempo estão associados à determinada cultura.

Passos e Fonseca (2011) afirmam que esse processo de estruturação de um domínio pelo outro ocorre por meio do mapeamento de algumas características do domínio fonte (nesse caso, guerra) que ajuda a compreender o conceito relativo ao domínio mais abstrato (nesse caso, discussão). O domínio alvo parece ocupar o nível abstrato, enquanto que o domínio fonte encontra-se na forma concreta.

### 3.2.2 Metáforas Orientacionais

As orientacionais são aquelas que organizam todo um sistema de conceitos em relação a outro sistema de conceitos e têm a ver com a Orientação Espacial (LAKOFF e JOHNSON, 2002). Ou seja, esse tipo de metáfora envolve direção. O sistema de conceitos é organizado a partir de outro sistema, que “tem como origem a noção de orientação espacial que os indivíduos desenvolvem a partir da observação do funcionamento do corpo humano e do meio em que vivem” (Passos e Fonseca, 2011, p. 05).

As orientações espaciais decorrem do funcionamento do corpo humano e do ambiente que o rodeia. São mobilizados esquemas imagéticos que se organizam a partir de oposições espaciais, como: Para cima/para baixo, dentro/fora, frente/trás, em cima de/fora de, fundo/raso e central/periférico.

Passos e Fonseca (2011) asseguram que conceitos associados a sentimentos bons e agradáveis normalmente estão associados às orientações espaciais: para cima, para o alto, para frente; as orientações temporais, para o futuro; Já os sentimentos negativos e desagradáveis estão relacionados às orientações: para trás, baixo, dentro, fora e passado. Conforme afirmam os autores, as orientações não são arbitrárias, “pois surgem diretamente das experiências físicas e culturais do indivíduo, ou seja, as metáforas variam culturalmente” (Passos e Fonseca, 2011, p. 05).

### 3.2.3 Metáforas Ontológicas



A base para as metáforas ontológicas são as experiências com objetos físicos e com o corpo humano. Essas experiências fornecem segundo Lakoff e Johnson (2002) e Passos e Fonseca (2011), formas de conceber eventos, atividades, emoções, ideias, como entidades e substâncias. Baseadas nas experiências físicas das pessoas, os conceitos ocorrem em termos de direções espaço-temporal.

Ainda para os autores, outro tipo específico de metáfora ontológica é concebida em termos de características e atividades humanas. “O domínio de origem é PESSOA, trata-se aqui não de coisificação, mas de personificação” (Lakoff e Johnson, 2002, p. 75-89). A metáfora ontológica específica é classificada como personificação. A metáfora ontológica INFLAÇÃO É UMA ENTIDADE nos faz pensar na inflação como uma “pessoa” e proferir, por exemplo, a sentença: *A inflação roubou minhas economias*.

#### **4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Para realização desta pesquisa, será analisada a ocorrência de metáforas na criação de manchetes, chamadas, aberturas e títulos no jornal Tribuna do Paraná. A metodologia consistiu em duas etapas. Primeiramente, foram identificadas e analisadas as metáforas conceptuais presentes nas manchetes, chamadas, títulos e aberturas jornalísticas do jornal paranaense. Nesta primeira etapa, realizou-se a contagem das manchetes, chamadas, títulos e aberturas metafóricas, separando-as por editoria e classificando-as de acordo com a tipologia proposta por Lakoff e Johnson (2002). Os resultados foram analisados conforme incidência metafórica em todo objeto analisado e editorias, além das ocorrências das categorias metafóricas. Foram analisadas seis edições do jornal Tribuna do Paraná, no período de 26 a 31 de março de 2012.

Na segunda etapa, foram selecionadas, considerando as diferentes características entre elas, as manchetes e duas chamadas, aberturas e/ou títulos de cada edição do jornal que faziam uso de metáforas. A partir desta seleção, as expressões foram categorizadas e analisadas conforme as realizações metafóricas que lhe estão associadas, com base na Teoria da Metáfora Conceptual proposta por Lakoff e Johnson (2002).

#### **5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**



A seguir, serão analisados os dados obtidos a fim de verificar qual a utilização das metáforas nas manchetes, chamadas, títulos e aberturas do jornal Tribuna do Paraná. De acordo com a tipologia descrita por Lakoff e Johnson (2002), apresentaremos quadros demonstrativos das ocorrências metafóricas.

### **5.1 Análise de ocorrências metafóricas**

Apresentamos no Apêndice H a totalidade de manchetes, chamadas, aberturas e títulos encontrados no jornal Tribuna do Paraná no período considerado, a fim de comparar qual a incidência do uso metafórico nestes espaços.

O Apêndice I apresenta as ocorrências metafóricas encontradas nas manchetes, chamadas, aberturas e títulos do jornal no período considerado. Analisando o quadro, constatamos que as metáforas não são exclusivas de um só item que nos propomos analisar, estando presente, em maior ou menor quantidade, em todos eles. Logo, comprova-se que o uso metafórico não está presente somente em locais de maior destaque no jornal, como a capa, por exemplo, mas que também ocupam outros espaços, como é o caso dos títulos nas páginas internas. Ainda que, a maior incidência metafórica encontrada tenha sido nas manchetes e aberturas, com 83,3% e 37,9%, respectivamente, o uso também se faz presente nas chamadas e nos títulos, com 20,8% e 10,6%. Em todas as edições analisadas, as aberturas foram as que apresentaram maior incidência metafórica, assim como as manchetes. De seis capas analisadas, apenas uma edição não apresentou manchete com metaforização.

Conforme Rabaça e Barbosa (2001), a manchete é o título de maior destaque na capa e a abertura é o que recebe maior destaque nas páginas internas. Assim, conclui-se que, apesar do uso metafórico também estar presente nas chamadas e títulos, foram os títulos de maior destaque no jornal impresso – manchete e aberturas – que apresentaram maior incidência. Por meio desses dados, conclui-se que o redator utiliza as metáforas como recurso linguístico para chamar a atenção do leitor. Logo, pode-se concluir, conforme afirma Abreu (1995), que as metáforas são utilizadas no intuito de chamar a atenção do leitor, instigando-o a descobrir sobre o que se trata determinada matéria e/ou reportagem. Para Coimbra (1999), a metáfora destaca-se no que diz respeito à linguagem dos títulos, como as manchetes, pela sua versatilidade e facilidade em transmitir ideias complexas associando-as às vivências, conhecimentos e imagens previamente adquiridos e interiorizados.



De acordo com Apêndice J, as metáforas estiveram presentes em todas as editorias do jornal impresso analisado. Assim, os dados comprovam que o uso metafórico não é exclusivo de somente uma editoria, mas que estão presentes em todas elas. Para Queiroz (2007), a metaforização é utilizada no esporte principalmente para descrever algumas jogadas, pois a maioria não dispõe de uma palavra técnica, de modo que sua descrição se faz através do uso metafórico. A editoria de Esporte foi a que apresentou maior incidência metafórica, seguida da editoria Segurança Pública.

Na editoria de Esporte, as metáforas mais utilizadas foram as estruturais, conforme Apêndice L e na Segurança Pública, as mais utilizadas foram as metáforas ontológicas de personificação (vide Apêndice M). Queiroz (2007) afirma que os esportes de massa, como o futebol, recebem uma abordagem entusiasta por profissionais de imprensa.

Todas as categorias de metáforas propostas por Lakoff e Johnson (2002) foram encontradas no objeto de estudo. Conclui-se que, o uso de expressões metafóricas, não é exclusivo de apenas uma tipologia. No entanto, as que mais se destacaram foram as metáforas estruturais e as ontológicas de personificação (vide Apêndice K). Isso ocorre, pois segundo Aldrigue e Espíndola (2011), o ser humano tem a necessidade de se fazer compreender utilizando conceitos concretos. Ou seja, é mais fácil falar das nossas ideias, tratando-as como algo concreto, do que abstrato, como analisado na metáfora “Troca de ideias”, presente no Caderno especial Curitiba 319 anos, na edição do dia 26/03. Já a utilização das metáforas ontológicas de personificação, segundo Passos e Fonseca (2011), permite que o redator aproxime do receptor o que é dito, personificando objetos e/ou eventos de qualquer natureza. Com isso, o receptor se identifica com a informação, pois aquilo também é humano. Como exemplo, podemos citar a metáfora “Cigarro mata”, utilizada na editoria de Segurança pública, no dia 27/03. Aqui, o cigarro assume a capacidade de matar, aguçando a curiosidade do leitor e fazendo com que ele queira descobrir, de que modo, um objeto adquire a capacidade de realizar uma ação humana.

Em todas as categorias dos jornais analisados foram utilizadas 23,1% de metáforas no período considerado, conforme Apêndice I. A utilização do uso metafórico nos permite afirmar que as metáforas constituem um recurso linguístico utilizado no jornal impresso. Embora o percentual seja modesto, a utilização é expressiva, já que na



presente análise foram consideradas só as manchetes, chamadas, aberturas e títulos, sem levar em consideração a linha de apoio, lide e o corpo do texto. Além do mais, a percentagem se mostra significativa, quando se leva em consideração que, pela visão tradicional, a metáfora, como figura de linguagem, só é utilizada em poemas e textos literários. Logo, os 23,1% de metáforas utilizadas nas edições analisadas vêm comprovar a Teoria de Lakoff e Johnson (2002), de que com maior ou menor proeminência, as metáforas são encontradas no discurso cotidiano e no discurso jornalístico. Assim, segundo a teoria de Lakoff e Johnson (2002), as metáforas fazem parte do dia a dia e estão presente em uma série de discursos.

Aqui, o uso metafórico em todas as editoriais e em todos os itens que nos propomos analisar comprova que a visão tradicional da metáfora é reducionista. Além disso, as análises nos permitem concluir que as metáforas são formas de estruturar o discurso no meio impresso, constituindo assim, um recurso linguístico do jornalismo.

## **5.2 Categorização e análise das metáforas**

Foram selecionadas todas as manchetes e duas aberturas, chamadas e/ou títulos para categorização e análise, com o intuito de demonstrar o que a utilização metafórica representa em determinada construção narrativa.

Na edição de segunda-feira, 26 de março, encontramos a abertura metafórica na editoria de esporte “Em alta, em baixa, na espera” (Apêndice A). As aberturas referem-se aos times Londrina, Coritiba e Atlético Paranaense, respectivamente. Trata-se da liderança isolada do Londrina no retorno do Estadual, a perda da invencibilidade de 48 jogos do Coritiba e a esperança do Atlético-PR em ganhar o retorno e ser campeão direto do Campeonato Paranaense.

A abertura tem como recurso a metáfora orientacional que organiza um sistema de conceitos com relação a outro e tem como base nossas experiências culturais e físicas, como explicam Lakoff e Johnson (2002).

Assim, *em alta* significa bom e *em baixa* significa ruim. Conforme Lakoff e Johnson (2002), os conceitos associados a sentimentos bons e agradáveis estão associados às orientações espaciais: para cima, para o alto e para frente. Os sentimentos desagradáveis e negativos estão relacionados às orientações: para trás, baixo e fora.



Assim, feliz para cima; triste para baixo. Nesse caso em específico, em alta é positivo e em baixa é negativo.

Portanto, o time Londrina é avaliado positivamente, pois está em alta, é líder isolado no retorno do Campeonato Estadual. Já o Coritiba é avaliado negativamente, pois está em baixa, perdeu a invencibilidade e se complicou na disputa pelo retorno. E o Atlético-PR encontra-se estático, em espera, já que não alimenta muitas perspectivas sobre a vitória no retorno.

Na edição de segunda-feira, 26 de março, encontramos a abertura metafórica na editoria de esporte “Cruzeiro atropela o Bangu” (Apêndice B). A expressão refere-se à vitória do time Cruzeiro contra o Bangu, pela Copa Tamandaré. O redator utiliza a metáfora orientacional, associando sensações e orientações espaciais e temporais. Como já explicitado anteriormente, orientações espaciais como para cima e para frente estão associadas a sentimentos ou situações boas. Ou seja, a metáfora orientacional *atropela* refere-se à orientação espacial de seguir em frente, avançar, associado, assim, a algo positivo, que é a vitória do Cruzeiro e a continuidade do time na Copa.

Ainda na segunda-feira, 26 de março, encontramos a manchete metafórica na editoria de esporte “Olho gordo” (Apêndice C). A metáfora refere-se ao time de futebol Atlético Paranaense que, após vencer o Cianorte, não desistiu do título do retorno do Campeonato Paranaense e outros times, como o Coritiba e o Londrina, estão atentos a trajetória da equipe no Campeonato. Aqui, a expressão *olho gordo* significa inveja, a vontade dos atleticanos de que os outros times percam os próximos jogos. A metáfora constitui uma ontológica de personificação, já que o olho assume característica de pessoa. Um olho não é gordo, um olho não tem a capacidade de invejar, nem de torcer pelo fracasso alheio.

Na edição de terça-feira, 27 de março, encontramos a abertura metafórica na editoria de dia-a-dia “Nas mãos da Urbs”(Apêndice D). A abertura refere-se à aprovação da regulamentação dos táxis em Curitiba. A decisão de diversos pontos polêmicos da regulamentação ficou a cargo da Urbs, empresa de economia mista vinculada à administração municipal. Aqui, a metáfora é classificada como ontológica de personificação, pois a empresa passa a ser uma pessoa. E como pessoa, a Urbs possui qualidade personificada, como mãos. A metáfora refere-se ao fato da empresa poder



tomar decisões, e assim, a entidade passa a ter qualidades humanas e passa a exercer atividades humanas.

Na terça-feira, 27 de março, encontramos o título metafórico na editoria de segurança pública “Cana pro cabeça quente”(Apêndice E). O título refere-se a um guarda municipal detido após atirar para o chão durante discussão em um posto de combustíveis. O guarda foi preso por disparo de arma de fogo. O recurso aqui utilizado é uma metáfora ontológica, a mente é concebida como um recipiente, o *quente* representa preocupação, a contrapor-se ao frescor que representa tranquilidade. Assim, temos a metáfora ontológica MENTE É RECIPIENTE.

Ainda na edição de terça-feira, 27 de março, encontramos a manchete metafórica na editoria de segurança pública “Cigarro mata”(Apêndice F). A manchete refere-se a um freguês que se negou a apagar o cigarro dentro de uma lanchonete em Pinhais e por conta disto foi morto a pancadas pelo garçom. A manchete tem como recurso a metáfora ontológica de personificação, quando objetos ganham características de seres humanos. Aqui, o cigarro adquire a capacidade de matar, passando de objeto a ser humano. A motivação, nesse caso, foi o cigarro, mas quem de fato matou o freguês foi o garçom. No entanto, a manchete nos sugere que o cigarro passou a ter a capacidade de tirar a vida de outra pessoa, assumindo assim as características e atividades de um ser humano.

Na edição de quarta-feira, 28 de março, encontramos a abertura metafórica na editoria de esporte “Batalha no Paraguai”(Apêndice G). Refere-se ao ambiente hostil que espera o Flamengo em Assunção/Paraguai no jogo contra o Olímpia. A vitória do time brasileiro vale a liderança do Grupo 2 na Libertadores. A metáfora utilizada é uma estrutural. A Teoria da Metáfora Conceptual identifica nesse tipo de estruturação um domínio fonte – o futebol e um domínio alvo – a guerra. Assim, a metáfora estrutural desta abertura é FUTEBOL É GUERRA. Na linguagem bélica, batalha significa um combate entre exércitos inimigos, no entanto, relacionado com a frase esportiva, a expressão passa a significar a partida de futebol.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A análise do *corpus* demonstrou que a ocorrência metafórica no jornalismo é significativa e que tem como principal funcionalidade estruturar um conceito em termos de outro, ou seja, recorrer a um conceito para falar de outro, muitas vezes, com o intuito



de facilitar a compreensão do leitor. Essa funcionalidade justifica-se pelo expressivo uso das metáforas estruturais no objeto de análise. Assim, as metáforas utilizadas na prática jornalística possibilitariam a compreensão da informação extraída por complexos processos de experiências partilhadas culturalmente.

Os objetivos estabelecidos foram alcançados. Comprovou-se a utilização de metáforas para além do universo poético e literário, como nos sugere a visão tradicional, e a utilização das metáforas como recurso no jornalismo impresso.

Nota-se que o uso das metáforas no discurso jornalístico é expressivo, utilizado em todas as editorias do produto e em todas as divisões em que se propôs analisar. Com relação ao que indicam essas metáforas, cada uma delas tem uma relação específica com o conteúdo exposto na matéria da qual foi retirada, como do contexto daquela informação. A respeito da incidência em que foram utilizadas, as metáforas estiveram presentes em todas as edições analisadas, o que nos permite concluir que a metaforização representa um recurso recorrente e comum no jornal Tribuna do Paraná. Como exposto nas análises, nas manchetes o uso foi mais expressivo, assim como na editoria de Esporte. A abordagem adotada durante a pesquisa, que busca romper com a visão tradicional que considera a metáfora somente um ornamento da linguagem, permitiu a descrição metafórica e dos conceitos presentes nas entrelinhas dos textos jornalísticos. A partir da leitura das notícias publicadas, foi possível identificar as metáforas utilizadas, remetendo a grande maioria delas ao uso linguístico comum no dia a dia. A hipótese foi confirmada durante as análises, já que se comprovou o uso metafórico no discurso jornalístico, o que nos permite afirmar que as metáforas constituem um recurso de linguagem.

A quantidade de usos metafóricos encontrados demonstrou que as metáforas são conhecidas popularmente. Como afirma Lage (1997), a função da linguagem jornalística é ser clara, fazer com que o leitor compreenda a informação na primeira vez em que a ler. Assim, conclui-se que o jornalista utiliza as metáforas com o intuito de facilitar o entendimento de determinado conteúdo. Dessa forma, acredita-se que o leitor já tenha conhecimento sobre o que o redator escreve, conhecendo e interpretando corretamente as metáforas, pois ele compreende aqueles valores socioculturais e faz parte daquele contexto. As metáforas estão tão inseridas no discurso que as expressões



são lidas como um todo e o leitor não interrompe a leitura para pensar na composição daquela expressão.

A abordagem das metáforas sob o aspecto da visão cognitivista nos mais variados discursos ainda é recente e pouco explorada. Portanto, a pesquisa permitiu entender conceitos e o processo metafórico, ainda pouco abordado, como recurso linguístico no jornalismo.

Esta análise específica não pode, isoladamente, representar a utilização metafórica nos discursos jornalísticos. Para descobrir se esse processo ocorre na maioria dos jornais impressos ou em outros meios de comunicação, o estudo requer um aprofundamento. Além disso, há que reiterar que a formulação de uma metáfora conceitual pode ser expressa de diversas formas, mas o mais importante é que o analista respeite o coração de sua estrutura.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, M. **Leituras do Brasil**. Porto Alegre: Mercado Aberto/ALB, 1995.

BASTOS, J. L. **Meu rico Português: para cursos & concursos**. Porto Alegre: Ed. Age, 1997.

COIMBRA, R. L. **Estudo Linguístico dos Títulos de Imprensa em Portugal: A Linguagem Metafórica**. 1999. 610 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Linguística Portuguesa - Doutorado) - Universidade de Aveiro, Portugal, 1999. Disponível em: <<http://sweet.ua.pt/~f711/tese.htm>>. Acesso em: 23 jun. 2012.

GARCIA, O. M. **Comunicação em prosa moderna**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.

LAGE, N. **A linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 1997.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. **Metáforas da vida cotidiana**. São Paulo: Educ, 2002.

NECCHI, V. **A impertinência da denominação “jornalismo literário”**. Disponível em: <<http://www.adevento.com.br/intercom/2007/resumos/R0527-1.pdf>>. Acesso em: 03 abr. 2012.

PASSOS, E. S. R.; FONSECA, F. F. **Metáfora conceitual: uma análise da ampliação de sentidos nas edições online de jornais**. Disponível em: <[www.cienciasdalinguagem.net/enelin](http://www.cienciasdalinguagem.net/enelin)>. Acesso em: 10 abr. 2012.

PENA, F. **Jornalismo literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

QUEIROZ, J. M. **Emprego de metáforas bélicas na linguagem de futebol**. Disponível em: <<http://br.monografias.com/trabalhos2/metáforas-linguagem-futebol/metáforas-linguagem-futebol.shtml>>. Acesso em: 18 abr. 2012.



## APÊNDICES

### APÊNDICE A – Metáfora do jornal Tribuna do Paraná

Segunda-feira  
(26/03/2012)

<b>Em alta. Em baixa. Na espera</b>	Metáfora orientacional	Abertura/Esporte
---	------------------------	------------------

Quadro 1 – Ocorrência metafórica no jornal Tribuna do Paraná (26 de março de 2012)

### APÊNDICE B – Metáfora do jornal Tribuna do Paraná

Segunda-feira  
(26/03/2012)

<b>Cruzeiro atropela o Bangu</b>	Metáfora orientacional	Abertura/Esporte
--------------------------------------	------------------------	------------------

Quadro 2 – Ocorrência metafórica no jornal Tribuna do Paraná (26 de março de 2012)

### APÊNDICE C – Metáfora do jornal Tribuna do Paraná

Segunda-feira  
(26/03/2012)

<b>Olho gordo</b>	Metáfora ontológica de personificação	Manchete/Esporte
-------------------	--	------------------

Quadro 3 – Ocorrência metafórica no jornal Tribuna do Paraná (26 de março de 2012)

### APÊNDICE D – Metáfora do jornal Tribuna do Paraná

Terça-feira  
(27/03/2012)

<b>Nas mãos da Urbs</b>	Metáfora ontológica de personificação	Abertura/Dia a dia
-------------------------	--	--------------------

Quadro 4 – Ocorrência metafórica no jornal Tribuna do Paraná (27 de março de 2012)



### APÊNDICE E – Metáfora do jornal Tribuna do Paraná

Terça-feira  
(27/03/2012)

<b>Cana pro cabeça quente</b>	Metáfora ontológica	Título/Segurança Pública
-------------------------------	---------------------	--------------------------

Quadro 5 – Ocorrência metafórica no jornal Tribuna do Paraná (27 de março de 2012)

### APÊNDICE F – Metáfora do jornal Tribuna do Paraná

Terça-feira  
(27/03/2012)

<b>Cigarro mata</b>	Metáfora ontológica de personificação	Manchete/Segurança Pública
---------------------	---------------------------------------	----------------------------

Quadro 6 – Ocorrência metafórica no jornal Tribuna do Paraná (27 de março de 2012)

### APÊNDICE G – Metáfora do jornal Tribuna do Paraná

Quarta-feira  
(28/03/2012)

<b>Batalha no Paraguai</b>	Metáfora estrutural	Abertura/Esportes
----------------------------	---------------------	-------------------

Quadro 7 – Ocorrência metafórica no jornal Tribuna do Paraná (28 de março de 2012)

### APÊNDICE H – Ocorrências do jornal Tribuna do Paraná

Ocorrências do jornal Tribuna do Paraná				
Manchetes	Chamadas	Aberturas	Títulos	Total
06	24	129	178	337

Quadro 18 - Totalidade de manchetes, chamadas, aberturas e títulos presentes no Tribuna do Paraná (26 a 31 de março de 2012)



### APÊNDICE I – Ocorrências metafóricas no jornal Tribuna do Paraná

Ocorrências metafóricas do jornal Tribuna do Paraná				
Manchete	Chamadas	Aberturas	Títulos	Total
05	05	49	19	78
83,3%	20,8%	37,9%	10,6%	23,1%

Quadro 19 – Ocorrências metafóricas no jornal Tribuna do Paraná (26 a 31 de março de 2012)

### APÊNDICE J – Quantidade de metáforas em cada editoria

Quantidade de metáforas utilizadas em cada editoria						
Dia a dia	Segurança Pública	Pop	Esporte	Automóvel	Curitiba 319 anos	Total
14	20	02	36	03	03	78

Quadro 20 – Quantidade de metáforas utilizadas por editoria

### APÊNDICE K – Quantidade da tipologia de metáforas

Quantidade dos tipos de metáforas utilizadas				
Metáfora estrutural	Metáfora orientacional	Metáfora ontológica	Metáfora ontológica de personificação	Total
33	16	06	23	78

Quadro 21 – Quantidade da tipologia de metáforas utilizadas



#### APÊNDICE L – Ocorrências metafóricas na editoria Esporte

Tipos de metáforas utilizadas na editoria Esporte				
Metáfora estrutural	Metáfora orientacional	Metáfora ontológica	Metáfora ontológica de personificação	Total
17	07	02	10	36

Quadro 28 – Metáforas utilizadas na editoria de Esporte

#### APÊNDICE M – Ocorrências metafóricas na editoria Segurança Pública

Tipos de metáforas utilizadas na editoria Segurança Pública				
Metáfora estrutural	Metáfora orientacional	Metáfora ontológica	Metáfora ontológica de personificação	Total
07	03	02	08	20

Quadro 29 – Metáforas utilizadas na editoria de Segurança Pública