

## ENTREVISTA

COM JOSÉ DE SOUSA TEIXEIRA (UNIVERSIDADE DO MINHO)

### A SEMÂNTICA COGNITIVA E SUAS CONEXÕES COM AS CIÊNCIAS DA LINGUAGEM E COM ASPECTOS SOCIOCULTURAIS

A. Ariadne Domingues Almeida (UFBA)

Elisângela Santana dos Santos (UNEB)

**RESUMO:** A entrevista é dirigida ao Professor Associado da Universidade do Minho (Portugal), José de Sousa Teixeira. Ele é doutor em Ciências da Linguagem/Linguística com o trabalho sobre espaço, cognição e língua portuguesa *A Configuração Linguística do Espaço no Português Europeu: modelos mentais de frente/trás*. Possui várias publicações em Portugal e no estrangeiro que podem ser consultadas na Web, através do Repositório da Universidade do Minho. É atualmente o Diretor do Mestrado em Português Língua Não Materna, tendo sido um dos primeiros linguistas que em Portugal introduziram os estudos da Linguística Cognitiva. As principais áreas de investigação são a relação entre o significado e a cognição, a semântica do português e a linguagem da publicidade.  
**PALAVRAS-CHAVE:** Semântica Cognitiva. Ciências da Linguagem.

**ABSTRACT:** The interview is directed to Associated Professor at the University of Minho (Portugal), José Teixeira. He has a PhD in Language Sciences/Linguistics with a work about space, cognition and the Portuguese language *A Configuração Linguística do Espaço no Português Europeu: modelos mentais de frente/trás*, one of the first works on Cognitive Linguistics in Portugal. He has several published papers which can be found and downloaded from the Repositório of Universidade do Minho. He is the Director of the Master's degree in Portuguese as a Second and a Foreign Language. His main areas of research interest are linguistic meaning and cognition, Portuguese semantics and the language of advertising.

**KEYWORDS:** Cognitive Semantic. Language Sciences.

## APRESENTAÇÃO

A investigação de questões relativas ao significado sob a ótica cognitivista tem trazido, nos últimos anos, importantes contribuições para o conhecimento das capacidades e mecanismos cognitivos envolvidos no processo de construção dos sentidos e no uso da linguagem como manifestação do pensamento. Em linhas gerais, segundo a abordagem cognitiva, a linguagem não pode estar dissociada da cognição e do contexto sociocultural dos indivíduos, uma vez que a construção dos sentidos resulta da interação entre mente e meio, que, por sua

vez, se reflete no uso da língua. Nessa perspectiva, o significado é considerado natural e se constrói a partir das interações físicas, dos movimentos dos corpos e da relação que os indivíduos estabelecem com o mundo, a partir das suas experiências individuais, sociais, culturais e sensório-motoras.

Para melhor explicar tais questões, entrevistamos o professor e pesquisador da área da Semântica Cognitiva do Instituto de Letras e Ciências Humanas do Departamento de Estudos Portugueses e Lusófonos da Universidade do Minho, em Portugal, José de Sousa Teixeira, que, conforme já explicitado no resumo, é doutor em Ciências da Linguagem/Linguística e autor de vários livros e artigos relacionados a significado e cognição; língua portuguesa, Semântica e linguagem da publicidade, dentre outros temas, além de ser um grande expoente da Linguística Cognitiva dos últimos tempos.

**Ariadne Almeida e Elisângela Santana:** Como pode ser descrito o contexto de surgimento da Semântica Cognitiva em finais do século XX?

**José de Sousa Teixeira:** Não sei se é por acaso e se alguém já acentuou suficientemente o facto, mas os estudos que irão consolidar a Semântica Cognitiva acontecem um século depois de uma outra revolução no panorama das ciências da linguagem, o surgimento dos neogramáticos e de Ferdinand de Saussure. Frequentemente se diz que foram estes os criadores da Linguística como ciência moderna, entre o último quartel do século XIX e os primeiros anos do século XX. É um século depois (coincidência quase exata) que se dá a confluência de várias áreas e vários estudos: os de Eleanor Rosch, os de alguns deserdados e descontentes com o generativismo de Chomsky obliterador da importância do plano semântico das línguas, outros das áreas da antropologia (que muito influenciam George Lakoff, por exemplo), enfim, um conjunto de estudos que recentram as línguas humanas em novos paradigmas e novas relações. Não apenas nos que o estruturalismo europeu e chomskiano defendiam, mas noutros que ao chamado “objetivismo” cartesiano querem contrapor os novos dados conhecidos sobre a percepção humana e como ela difere da dimensão lógica que a ciência tradicional defendia ser a ideal nas abordagens científicas. Há, portanto, no último quartel do século XX, um novo ar que se respira em ciência: o de ter percebido que tudo o que envolve o conhecimento humano (e as línguas entram como produtos e instrumentos dessa vertente) não pode ter apenas uma focagem racional e lógica. As investigações que cada vez mais iam evidenciando o fun-

cionamento neuronal e cerebral ajudaram muito. É sintomático o título da obra de António Damásio de 1994 (uma autoridade global que trabalha nos Estados Unidos em Neurociência) que se chama precisamente *Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain* (*O erro de Descartes: emoção, razão e cérebro humano* [DAMÁSIO, 1995]). Representa o questionar, pelo novo paradigma, o facto de que a característica primeira do ser humano não é a racionalidade, o “cogito” de Descartes, mas que a emoção e todo o conjunto das construções cognitivas humanas deve ser tido em conta se se quiser entender como o ser humano compreende o mundo e constrói os seus mundos através das percepções e da linguagem. Não é também por acaso que (para falar de obras que sintetizam este espírito de mudança) em 1999 aparece a obra de George Lakoff e Mark Johnson com o título *Philosophy in the Flesh — The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. A forma como começa é ilustrativa do desejo de se construir um novo paradigma em ciência: “The mind is inherently embodied./Thought is mostly unconscious./Abstract concepts are largely metaphorical” (LAKOFF; JOHNSON, 1999, p. 3). (“A mente é inerentemente corporizada./O pensamento é maioritariamente inconsciente./Os conceitos abstratos são em grande parte metafóricos”). E depois acrescenta-se, imediatamente, que estes princípios são básicos para a ciência cognitiva, que irão revolucionar dois mil anos de pensamento e que a forma como encaramos a hermenêutica científica nunca mais será a mesma. E não será, de certeza. Estou convencido que estamos no início de uma nova forma de pensar, de uma revolução científica (sobretudo nas ciências ligadas ao humano e ao comunicativo) de que ainda não nos apercebemos completamente.

**A.A./E.S.:** Que contribuições a Semântica Cognitiva trouxe para as ciências e, mais especificamente, para as ciências da linguagem, segundo o seu ponto de vista?

**J. S. T.:** Na lógica do que disse anteriormente, penso que ainda não podemos perceber todas as consequências que resultarão desta revolução para as ciências da linguagem. Há pouco comparei a revolução cognitiva à “revolução saussureana”. E há uma afirmação do *Curso* de Saussure que, referindo-se ao princípio fundador de toda a sua conceção de Língua, o princípio da arbitrariedade, diz textualmente: “é muitas vezes mais fácil descobrir uma verdade do que conceder-lhe o lugar que lhe compete. O princípio enunciado acima domina toda a linguística da língua; as suas consequências são inesgotáveis. É certo que nem todas aparecem com igual evidência a uma primeira abordagem; só as descobrimos depois de várias tentativas e só então alcançamos a importância primordial do princípio” (SAUSSURE, 1978, p. 125). Penso que estamos num momento parecido, cem anos depois. As consequências de ver o coração da linguagem como baseado no significado e não nas regras sintáticas, de ver que a

linguagem se constrói metaforicamente e de ver que os conceitos não funcionam por condições necessárias e suficientes, as consequências disto são inesgotáveis e não podem ser alcançadas todas a uma primeira vista. As ciências da percepção, as da linguagem e as da inteligência artificial, entre outras, se encarregarão de evidenciar as consequências destes princípios que agora ainda estamos a começar a perceber.

Para as Ciências da Linguagem, as consequências são evidentes: um centramento do coração da linguagem na comunicação e no significado, na pragmática comunicacional, corrigindo também “o erro de Saussure” (TEIXEIRA, 2001), o de que a “*parole*”, a fala, pouco interessava e de que a língua era uma “álgebra pura”. Sem nos apercebermos, temos uma nova forma de pensar sobre os fenômenos linguísticos e respectivos enquadramentos. Por exemplo, a expressão que agora estamos a utilizar “Ciências da Linguagem” em vez de “Linguística” é reveladora destas alterações que já temos como adquiridas: a “nossa ciência” antiga já não é mais única, uniforme, a Linguística clássica, a herdeira da Gramática, formalista, estruturalizante, lógica, “conjunto de regras”, mas é agora vista como plural, “Ciências da Linguagem”, porque achamos que só faz sentido em interconexão com outras, com a Neurologia, com a Psicologia, com Inteligência Artificial, com a Filosofia da percepção e todas as ciências que envolvam processos cognitivos. Sem o saber, já respiramos ares novos. E mesmo os nossos amigos que ainda torcem o nariz à visão cognitiva já aceitam o plural de Ciências da Linguagem. Pode parecer que é só uma alteração terminológica, mas penso que também é conceitual (ou concetual/conceptual).

**A.A./E.S.:** Considerando que a sua tese de Doutorado trata da relação entre a Semântica e a espacialidade, poderia nos falar sobre as suas principais descobertas e observações? Podemos dizer que as noções de espaço estabelecem alguma relação entre o que é cognitivo e o que é cultural?

**J.S.T.:** Se o significado é corporizado (*embodied*) como pressupomos e vamos tendo cada vez mais evidências, então, necessariamente, o espaço é a sua primeira base de construção. Somos seres ineludivelmente espaciais. A percepção do espaço é a mais fundamental, a mais básica, a primeira que suporta todas as outras. Não é por acaso que usamos a expressão “espaço vital”. Que não é só relativo ao espaço do viver, mas também à forma como vivemos e que, por isso, tem implicações com percecionamos todos os processos a isso relativos. Até, em jeito provocador, em vez de se perguntar o que é que a língua tem a ver com a espacialidade se poderia perguntar o inverso: se há alguma coisa na língua que, direta ou indiretamen-

te, não tenha a ver com a percepção espacial. Basta olhar para a história da construção conceitual para verificarmos como construímos as percepções mais complexas através da metaforização de percepções espaciais. O “ser” implica uma percepção física no espaço (*sedere*), o “compreender” implica o “prender com”, implica dominar o espaço. Aliás, todo o viver implica dominar o espaço: por isso não podemos fugir a conceber a vida como viagem num espaço. Os verbos que utilizamos para falar da vida são verbos da espacialidade: “como vais?” significa “como tens vivido?”, os pontos fortes e fracos da vida são ditos espacialmente como “os altos e baixos” que a vida tem e deixar de viver é expresso como o “fim do caminho” ou “passar para o outro lado”, para outro espaço. Não conseguimos conceber a vida como não ligada à espacialidade.

As observações e descobertas que se podem fazer sobre as relações entre a língua e a percepção espacial evidenciam como as vivências culturais interferem e condicionam as posições e perspetivas que a língua manifesta sobre as configurações espaciais. Por exemplo, no Português Europeu (penso que no Brasileiro não será diferente) a base da oposição *frente-trás* pode tomar como referência vários modelos estáticos ou então um modelo dinâmico. Os primeiros estão presentes, por exemplo, quando digo *Estás à minha frente, não consigo ver o jogo na TV, Estar de frente para a câmara, Estar atrás do muro*. Aqui, a noção de *frente-trás* é construída pela posição estática do locutor, pelo seu face-a-face e pelas condicionantes da visão. Mesmo nestes modelos estáticos, as configurações podem ser complexas, como se pode constatar quando alguém se refere à parte da *frente* de uma cama, podendo entender uns a cabeça e outros o sítio onde ficam os pés. Mas o modelo mais forte é o dinâmico, o que implica o movimento. Aqui, o face-a-face é anulado e é a direção do movimento e a sua “cabeça” que estabelece a *frente* (como quando dizemos que *O corredor 45 vai à frente do corredor 57*: os dois corredores não estão face-a-face, porque agora não é este aspeto que determina que um está à frente do outro). Escolher um dos tipos de modelo envolve aspetos cognitivos, mas também culturais. Por exemplo, se nos referirmos a realidades em que o movimento predomine, é natural que escolhamos o modelo dinâmico, ao passo que se nos referimos a realidades onde o movimento não é visível iremos optar tendencialmente pelos modelos estáticos. Mas se as coisas puderem ser vistas em perspetivas antagónicas? Aqui é que entra a opção cognitiva e cultural da língua, mais do que a do indivíduo. Por exemplo, quando olhamos para um texto escrito como este, parece que vemos todos o mesmo objeto, um espaço com letras. Mas não. Umas línguas podem ver o texto como uma realidade estática, fixa, como um desenho num papel e outras vê-lo como um processo dinâmico. Por isso é que enquanto para a

maior parte das línguas a *frente* da palavra ou frase é a esquerda da palavra ou da frase e pôr um asterisco à *frente* (*in front of, devant*) de NOTA resulta \*NOTA. Para o Português Europeu a *frente* de uma palavra ou frase situa-se à direita: pôr um asterisco à *frente* de NOTA resulta NOTA\*. É que enquanto para muitas línguas a escrita é perspectivada como um objeto estático, cada palavra tem a sua cabeça no início. Para o português, a escrita é um processo dinâmico, faz-se no tempo, começa e depois acaba e por isso é vista como um movimento, sendo a frente o que está *mais* adiante no processo de escrita, portanto o fim da palavra ou frase. Já assisti a uma conferência dada por um professor alemão que simpaticamente falou em português e passou uma hora a referir várias vezes, para escândalo dos assistentes, que o sujeito verbal era o sintagma que estava à *frente* do verbo em português. Só no fim, quando eu fui ter com ele e lhe disse que em Português Europeu à *frente* significa à direita é que percebeu que tinha estado toda a conferência a pôr o sujeito no lugar do objeto ou complemento direto.

É interessante verificar como estes aspetos que ligam língua e perspetivas cognitivas são obliterados. Por exemplo, num estudo que fiz com alunos sobre a forma como as crianças começam a construir esta noção de *frente-trás* quando estão a aprender a escrever (publicado com o título “Os processos diferenciados entre o português e outras línguas na conceptualização da linearidade gráfica” que pode ser encontrado na Rede [TEIXEIRA, 2006]), nota-se perfeitamente que no primeiro ano de escolaridade as crianças não sabem o que é a *frente* da palavra e que perceber isto só acontece com segurança no quarto ano. Isto quer dizer que para os professores do ensino básico que estão a ensinar as crianças a escrever nunca lhes passou pela cabeça que a *frente* de uma palavra ou frase é um conceito complexo, que pode ser mais do que uma coisa e que é preciso ensiná-lo explicitamente à criança.

As relações entre o cognitivo e o cultural na espacialidade não deixam de nos trazer surpresas. Uma das mais interessantes, a este respeito, é a da língua Aimará, falada no continente sul-americano. Muitos pensavam que era cognitivamente “obrigatório” associar o passado à noção de *atrás* e o de futuro à de *à frente*, como fazemos nas línguas conhecidas. Na verdade, o tempo, o movimento e o espaço interseccionam-se e a nós parece-nos que a única forma lógica de perspetivar o futuro é como “aquilo que está na frente do movimento do tempo”. Portanto, o passado ficou para trás. Isto mostra-se-nos inquestionável cognitivamente. Mas parece que o Aimará não perspetiva assim, escolhendo “outra lógica”. Para eles, o passado e o presente são as únicas realidades *visíveis*, enquanto o futuro é *invisível*, porque ainda não existiu. Dentro desta lógica cognitiva, inquestionável também, o passado fica diante dos olhos, *à frente*, enquanto o futuro invisível fica *atrás* das costas. E, assim, quando se querem

referir ao passado apontam para a frente do corpo e quando querem indicar o futuro apontam para trás das costas.

**A.A./E.S.:** Como os estudos em Semântica Cognitiva podem colaborar para a compreensão do contexto sociocultural em que estamos inseridos e para o campo linguístico-literário? Em que medida a comunicação publicitária é uma boa área de pesquisa para se tentarem evidenciar as relações entre a conceptualização linguística, os estereótipos socioculturais e a forma como, no discurso, a publicidade se alicerça?

**J.S.T.:** Não será preciso um grande esforço para nos apercebermos que é a língua e as perceções que temos, os nossos quadros mentais que fazem de nós o que somos e, por conseguinte, da sociedade o que ela é, ou seja, que constituem os alicerces culturais em que assenta. A esse propósito toda a gente conhece a obra de Lakoff *Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate* (LAKOFF, 2004). Os nossos quadros mentais são influenciados pela linguagem que usamos. É um tema vasto, multidisciplinar, porque envolve, como diz a questão, todo o contexto sociocultural.

No que toca às relações entre a Semântica Cognitiva e os estudos literários, penso que muito haverá a fazer. A Linguística, em muitos círculos, pelo menos em Portugal, tem sido vista como inimiga da Literatura, como árida, assassina da beleza do texto literário. Se é verdade que certas tendências da Linguística podem ter a sua quota parte de culpa nesta visão, não deixa de ser menos verdade que hoje o panorama pode ser muito diferente graças à perspetiva cognitiva. A Literatura é a arte em forma de língua e este aspeto é uma componente essencial da língua no seu todo. Acabei, precisamente há meia dúzia de dias, de orientar uma tese de mestrado sobre as metáforas do conceito de “Hora” em Fernando Pessoa, tese que procura cruzar a Semântica Cognitiva e a Literatura. Estes cruzamentos não serão fáceis (em Pessoa nada é fácil...) mas terão sempre o mérito de mostrar como os estudos literários podem ganhar e muito recorrendo aos instrumentos e métodos que a Linguística Cognitiva pode fornecer.

Outro campo interessante sobre a importância da relação entre a cognição e a linguagem é, como referem, o da publicidade. Sem publicidade, não seria possível vivermos como vivemos. A nossa sociedade, dita de consumo, capitalista, alicerça-se na publicidade. Basta ver que, sem ela, dificilmente haveria jornais, televisão, grandes acontecimentos desportivos com a dimensão que hoje exigem. A publicidade, possibilitadora de gigantescos negócios,



assenta em linguagens, uma das quais é a verbal. As técnicas linguísticas vão procurar todos os truques para nos convencer que seremos mais felizes se comprarmos o produto X ou Y. E nessa procura, a forma como se nos dirigem é fundamental. O recurso aos nossos (pre)conceitos, às nossas visões do mundo codificadas nas nossas percepções e na linguagem verbal é uma vertente fundamental. Os criativos publicitários sabem isso. O neuromarketing sabe isso. Cada campanha publicitária é constituída por um conjunto de especialistas que não deixam de ter como desejo fundamental o convencer-nos emotivamente e não tanto racionalmente; apelar mais às emoções do que à racionalidade. No fundo, a publicidade não vende produtos, vende-nos emoções através de produtos. Onde é que não entra a cognição e a linguagem nestes processos?

**A.A./E.S.:** Tendo em vista as diferentes teorias e linhas de investigação da Linguística Cognitiva, a exemplo da Teoria da Metáfora Conceptual, com base nos seus estudos sobre o assunto, como pode ser explicada a metáfora no futebol?

**J.S.T.:** É atribuída a William Shankly, futebolista escocês, a seguinte afirmação: “Algumas pessoas acreditam que o futebol é uma questão de vida ou de morte. Fico muito dececionado com essa atitude. Eu posso garantir que o futebol é muito, muito mais importante.”

O futebol, quer no universo cultural brasileiro, quer no português, tem uma importância superpredominante sobre todos os outros desportos (no Brasil com muito mais eficácia e proveito de reconhecimento e títulos internacionais...). Assim sendo, nele desaguam as humanas tendências da luta, do domínio e predomínio. O futebol (ou o desporto, em geral) é a luta civilizada, com regras e (preferencialmente) sem mortos (embora, por vezes, com alguns feridos...). Como é compreensível, para os nossos mecanismos cognitivos, o futebol é uma luta e assim é metaforizado. Basta olhar para as palavras e expressões que usamos (algumas são diferentes em Portugal e no Brasil, como sabemos). Muitas são palavras de guerra: *atacar, defender, matar a jogada, ponta de lança, muralha defensiva, lutar pela bola*. Os da outra equipa constituem *hostes adversárias* e os da nossa podem ser *heróis*. É toda uma terminologia guerreira. Um antigo selecionador de Portugal (o brasileiro Luiz Felipe Scolari) referia-se aos jogos da eliminatórias (*eliminar*, também é um termo violento) como jogos de “mata-mata”. Podemos pensar e falar do futebol sem ser através de metáforas guerreiras? Dificilmente (TEIXEIRA, 2010).



Há muitos estudos que evidenciam estes aspetos, de encarar o futebol como uma luta. Portanto, a questão, a dificuldade não estará em explicar a metáfora da guerra no futebol: difícil seria explicar o futebol sem as metáforas da guerra!...

**A.A./E.S.:** Por fim, gostaríamos que nos dissesse, de acordo com as suas pesquisas, como as metáforas interferem na compreensão do atual cenário econômico ocidental?

**J.S.T.:** A tradição retórica via a metáfora como um ornamento, uma figura da linguagem (ainda assim aparece definida na maior parte dos dicionários...). Lakoff e Johnson levam a metáfora para a área da cognição e não apenas da expressão. Sendo assim, a metáfora permite que pensemos uma coisa em termos de outra, ou seja permite “conversões cognitivas”. Para dar o exemplo anterior do futebol, podemos pensar o futebol como uma luta. Essa conversão cognitiva pode restringir-se mais ou menos civilizadamente à linguagem, mas pode não se ficar por aí. Os fenómenos de holiganismo no futebol demonstram o quão fisicamente e literalmente pode ser vivida a metaforização futebolística.

Isto demonstra que as metáforas possibilitam acionar um modelo, um domínio, para representar outro modelo, outro domínio. Como é evidente, este processo acarreta consequências. Se se evocar um domínio positivo, faz-se uma valorização positiva do metaforizado, mas se se evocar um domínio negativo a impressão final é diferente.

Como os economistas não se cansam de repetir, as grandes questões económicas são sobretudo questões de perceção. Qualquer moeda sólida, se perder a confiança dos mercados, deixa de ter valor, porque ninguém a quer. Qualquer banco sólido, se se construir a perceção que não vale nada e que vai à falência, acaba mesmo por ir à falência, porque as pessoas o abandonam. Isto demonstra a importância de construir perceções no âmbito da economia. E as metáforas são excelentes instrumentos para se construírem as perceções que mais se desejam.

É que não se fala apenas de economia com números: fala-se sobretudo com metáforas. *A economia sobe e desce, está à beira do abismo, as bolsas estão em maré vermelha, aproxima-se uma tempestade financeira, há dias de sol e bonança nas bolsas, etc.* É interessante, para dar um exemplo concreto, verificar como a imprensa metaforizava a crise económica europeia quando a Grécia esteve quase a sair do euro por causa do governo de esquerda que resultou das eleições. Havia globalmente duas visões europeias sobre a situação: para os partidos de esquerda, a crise era internacional e afetava todos, sendo os mais afetados a Grécia, Portugal e a Irlanda. Era a metáfora do monstro: *a crise é um monstro que devora as econo-*

*mias*. Para os partidos da direita, a crise era uma doença que podia *contaminar* a economia europeia.

É indiferente usar uma ou outra metáfora? Obviamente que não. Se a crise é um monstro que ataca (*Crise ataca a economia grega*), os países em crise não têm culpa de serem atacados (a culpa é do monstro que ataca) e o dinheiro que devem resulta do ataque desse monstro e por isso as dívidas devem ser aliviadas e até perdoadas. Se, ao invés, a crise é uma doença (*Economia grega está doente*) é porque quem ficou doente tem deficiências ou cometeu excessos, gastou dinheiro a mais, e por isso a crise é culpa própria e como para um doente tem que haver remédios, tem que se curar dos males, dos excessos que cometeu, das *gorduras* (gastos) excessivos e por isso a dívida não pode nem deve ser perdoada. Aparecem, assim, dois campos opostos de metaforizações. A doença, o pecado metaforizam a culpa própria de quem sofre e implicam não serem perdoadas as dívidas; o ataque do monstro implica a heroicidade de quem está a ser atacado e como merece ser ajudado, merece que se perdoem as dívidas. Usar metáforas como *Ministro grego a lutar com Alemanha é David contra Golias*, *Ministro grego é Hércules*, *Ministro grego é Ulisses* denotam a perspectiva que se adota, contrária a outras como *Governo (grego) vai enterrar a Grécia*, *Economia grega contagia a Europa*.

A percepção vencedora tem sempre uma enorme importância no desfecho final. Em economia, as percepções levam muito rapidamente a resultados. Toda a perspectiva da metáfora concetual parte da obra de Lakoff e Johnson *Metaphors We Live By* (1980) — mais ou menos dizer que “Vivemos através de metáforas”. E porque nos servem, as metáforas, para viver, servem também com instrumento útil para defendermos a forma como queremos viver, os nossos interesses, os nossos pontos de vista. Para defendermos as nossas mentiras, dirão outros. Basta tirar uma simples letrinha, e o mesmo título serve: *Metaphors We Lie By*. É que as metáforas são tão importantes que não podemos viver sem elas, vivemos e morremos por elas: não apenas é verdade que *Metaphors We Live By* como também é *Metaphors We Die For*.

## REFERÊNCIAS

DAMÁSIO, António. *O erro de Descartes. Emoção, razão e cérebro humano*. Lisboa: Publicações Europa-América, 1995.

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. *Metaphors We Live By*. The University of Chicago Press: Chicago, 1980.

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and its Challenge to Western Thought*. New York: Basic Books, 1999.

LAKOFF, George. *Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate*. Chelsea Green Publishing, 2004.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de linguística geral*. Lisboa: D. Quixote, 1978.

TEIXEIRA, José. Referente/significado: o erro de Saussure. *Revista Portuguesa de Humanidades*, v. 4, 1/2, 2000. Braga: Faculdade de Filosofia da U. C. P., 2001. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/5365>.

TEIXEIRA, José. Os processos diferenciados entre o português e outras línguas na conceptualização da linearidade gráfica. *VII Congrès de Linguística General — Actes*. Barcelona: Universidade de Barcelona, 2006. CD-Rom. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/5364>.

TEIXEIRA, José. Texto jornalístico e metáforas de vida e morte no futebol. In: SILVA, Augusto Soares; MARTINS, José Cândido; MAGALHÃES, Luísa; GONÇALVES, Miguel. (Org.). *Comunicação, cognição e media, volume 2*. Braga: Publicações da Faculdade de Filosofia, Universidade Católica Portuguesa, 2010, p. 305-322. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/11258>.

Recebido em 14 de março de 2015.  
Aceito em 24 de maio de 2015.

