

Estado de la cuestión: análisis semántico-cognitivo de textos periodísticos

State of the art: Semantic-cognitive analysis of journalistic texts

Denice Culqui Martínez

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú

denice.culqui@unmsm.edu.pe

ORCID: 0000-0003-3488-066

Resumen

En este artículo se presenta una síntesis del estado de la cuestión de las principales investigaciones cognitivas, en relación con textos periodísticos enfocados en las emisiones metafóricas en el campo del fútbol nacional e internacional. Esta revisión se presenta con la finalidad de determinar y contrastar aquellas áreas ya avanzadas de aquellas que aún están por dilucidar, como herramientas que permitan delimitar e identificar variables claves en la perspectiva teórica de una nueva línea de investigación lingüística en el entorno del fútbol peruano.

Palabras clave: léxico, fútbol, metáfora, procesos lingüísticos, pragmática

Abstract

This article presents a synthesis of the state of the art of the main cognitive investigations, in relation to journalistic texts focused on metaphorical emissions in the field of national and international soccer. With the purpose of determining and contrasting those already advanced areas with those that are yet to be elucidated, as tools that allow delimiting and identifying key variables in the theoretical perspective of a new line of linguistic research in the Peruvian soccer environment.

Keywords: lexicon, soccer, metaphor, linguistic processes, pragmatics

Fecha de envío: 01/2/2022

Fecha de aceptación: 1/6/2022

1. Introducción

Las expresiones lingüísticas o paralingüísticas de los hablantes brindan información sobre las costumbres, expectativas, sueños, desilusiones y visión del mundo de los usuarios de una lengua. En ese sentido, se erige como discurso social y, como tal, es una manera simbolizada de representar los acontecimientos de una realidad social que está en constante cambio.

En el contexto peruano, el fútbol ha sido enfocado desde una arista comunicacional, que ha promovido caminos para futuros estudios en el campo de la lingüística, entre otras disciplinas. Las dinámicas comunicativas del fútbol contienen información valiosa para explorar la construcción social de diversos ámbitos de la cultura, así como también permiten conocer más sobre los procesos que subyacen en las expresiones metafóricas futbolísticas.

El estudio de las metáforas en relación con el campo lingüístico del fútbol es percibido moderadamente en el entorno internacional; mientras que, en el marco peruano, ha sido totalmente desapercibido, por lo que resulta inquietante realizar una investigación que permita producir mayor indagación.

Este artículo expone algunos estudios enmarcados en el discurso metafórico en el ámbito del fútbol, tanto en el marco de la lengua española como en la lengua inglesa, con la finalidad de confirmar su presencia, independiente, de la lengua. Asimismo, esto permite conocer cómo ha sido estudiado y cuál es el progreso de esta línea de investigación en diversas realidades lingüísticas —en representación de los antecedentes—, para luego contrastar y determinar en qué situación se encuentra el tema de investigación en el ámbito del fútbol peruano, como estado de la cuestión.

2. Estudios de la metáfora del discurso deportivo en el español

Se han realizado algunos estudios sobre la metáfora en el ámbito de la prensa y el discurso del fútbol en distintas realidades de la lengua española. Algunos de ellos han sido expuestos en el siguiente apartado a fin de dilucidar, en síntesis, la consistencia de aquellas indagaciones, y, de igual modo, evaluar los aportes y conclusiones de los distintos autores.

En la tesis *Entre cañonazos, balonazos y golazos: Un análisis descriptivo de la metáfora en el uso de las expresiones violentas para nombrar, designar e interpretar implementos, personajes, situaciones y/o acciones del microfútbol en Cartagena*, Ruiz (2006) realiza una conceptualización del deporte como práctica social a un acercamiento al referente externo (la violencia y la guerra). Como consecuencia, dilucida que todas las categorías conceptuales encajan en una gran metáfora conceptual: EL MICROFÚTBOL ES UNA GUERRA, debido a la existencia de una motivación interna al lenguaje, la cual es alimentada por las experiencias perceptuales y motoras recurrentes en el desarrollo cognitivo de los hablantes, al permitirles construir el sentido global de los enunciados escenificados en contextos conocidos. A manera de conclusión, uno de los puntos determinantes, reside en señalar lo siguiente:

Si bien existe una motivación interna del lenguaje, también es cierto que el lenguaje ejerce su acción en medio de un ambiente social, temporal y cultural definido. Por lo cual, recibe influencias contextuales que lo nutren con conceptualizaciones reales instructoras de las proyecciones ontológicas y epistémicas que dan cierta lógica a las metáforas (Ruiz, 2016, p. 83).

Esto quiere decir, según el análisis del autor, que para realizar un estudio del fenómeno del lenguaje en uso es indispensable abordar las implicancias semánticas en el cual se inscribe. Es decir, es necesario considerar el contexto general, temático e histórico inmerso en la realidad lingüística del objeto de estudio.

En el artículo “Prepara, apunta, dispara... fusila al portero. La metáfora bélica en el fútbol”, Segura (2009) realiza una comparación textual entre dos obras literarias y una crónica de un partido contextualizados en temas bélicos, con el propósito de evidenciar la semejanza existente entre el lenguaje empleado en la milicia y la descripción de un partido de fútbol.

Así, identifica sustantivos referidos a remates a marco (por ejemplo, balazo, bombazo, riflazo, entre otros), unidades verbales (por ejemplo, fusilar, sentenciar, bombardear, ametrallar, entre otros) y unidades plurilingües (por ejemplo, hundir la daga, soltar el gatillo, dar el golpe de gracia, tirar lápida encima, entre otras). De este modo, el autor determina que estos textos son más que la mimesis de la realidad, sino que dichas expresiones cobran significancia dentro de una práctica social real.

En la investigación de tesis *Las metáforas bélicas del fútbol: un fenómeno cultural y discursivo*, llevada a cabo por Cáceres (2011), se analiza las expresiones y metáforas bélicas del fútbol que tienen mayor frecuencia en el discurso deportivo radial, con la finalidad de demostrar la influencia de estas en el pensamiento y en la actitud de un grupo de hinchas que asisten al estadio. Al respecto, al autor señala que:

La metáfora configura el pensamiento de los seres humanos, de modo que el uso de metáforas negativas o violentas predispone a tomar actitudes violentas, y, por el contrario, el empleo de metáforas de participación y diálogo predispone a una convivencia pacífica, a un discurso respetuoso (Cáceres, 2011, p. 74).

Por ende, y de acuerdo con el análisis del autor, las representaciones sociales contienen implícitamente un significado, que se vincula al sujeto y a su entorno. En este caso, el fútbol es uno de los deportes que más acoge sentimientos que cualquier otro deporte, cuyo modo de expresión ha sido configurado y transmitido, predominantemente, haciendo uso del concepto de la guerra. Esto corrobora una fuerte influencia sobre el sentir y los comportamientos de los espectadores.

Otro estudio realizado por Claudio Molina (2013) permite entender con mayor profundidad esta realidad. Esta investigación, titulada *Metáforas conceptuales en el discurso periodístico del fútbol en la prensa chilena*, explica sobre la metáfora conceptual dentro del discurso periodístico deportivo, especialmente en noticias relacionadas con el fútbol extraídas de tres medios de prensa electrónicos nacionales.

Tras analizar las noticias seleccionadas referido a la conceptualización del fútbol en la prensa chilena, dilucida, en primera instancia, que las metáforas más utilizadas son UN PARTIDO DE FÚTBOL ES UNA GUERRA y EL ÉXITO DEPORTIVO/TRIUNFO ES ARRIBA. Partiendo de esta característica, el autor observa que el fútbol es conceptualizado y comprendido, en primer lugar, como un espacio donde dos equipos se enfrentan en una batalla, en la cual los jugadores dan la vida por conseguir goles, mediante la presencia de disparos, etc.; asimismo, esto que aparentemente pertenece al espacio de la conceptualización del fútbol suele transmitirse a las actitudes y emociones de los jugadores y espectadores. Ello podría responder a por qué se inician o llevan a cabo escenas de violencia entre los hinchas y jugadores de distintos

clubes cuando se realizan estos encuentros o torneos. En segundo lugar, determina el carácter competitivo de este deporte, donde triunfar para un equipo representa llegar a la cumbre de la tabla de posiciones.

Además, el autor considera que las metáforas expuestas no representan la estructura del discurso de este deporte, debido a que el estudio debería ser complementado en otros aspectos, como realizar una revisión más extensa de artículos de prensa de esta índole. Sin embargo, el estudio le permite determinar, de modo intuitivo, que el análisis es congruente al modo de percepción de los hablantes involucrados en el deporte más popular y masivo de la sociedad chilena (p. 15).

La investigación *Metáforas de la violencia en el fútbol: Análisis de las noticias de prensa virtual en la página Futbolred*, llevada a cabo por Karina Visbal en 2015, analiza las noticias de fútbol publicadas en la página virtual Futbolred, con la finalidad de conocer qué recursos discursivos construyen una representación de violencia asociada al fútbol. Además, aborda los aspectos semánticos, particularmente el uso de las metáforas manifestadas en la noticia, a la vez que estudia la categoría de actor social, desde las relaciones léxicas y referenciales, cuya expresión está vinculada al concepto de la violencia. La autora lo señala así: “Lo anterior contribuye de alguna forma a los conflictos que se generan entre la hinchada o seguidores de los diferentes equipos de fútbol a través de este lenguaje escrito” (p. 8). Esto quiere decir que es una forma simbólica de violencia en la que subyace una relación entre lenguaje-acción.

La autora concluye que las metáforas utilizadas en las noticias deportivas en la página Futbolred demuestran el modo de construir una realidad mediante este recurso discursivo que permite el despliegue de información a partir de otros dominios o conceptos que son más simples de asimilar (el fútbol a través de la violencia). Por ello, muchas actitudes positivas o negativas se ven constantemente influenciadas por los medios de comunicación, es decir, una idea de sociedad es generada dentro de una cultura determinada.

La investigación desarrollada por Cynthia Dackow (2020), en su artículo “Te lo explico con fútbol. La proyección metafórica del fútbol en la campaña de concientización sobre el coronavirus en Argentina”, analiza el uso de la metáfora como un instrumento argumentativo, tanto explicativo como persuasivo, así como un recurso que condiciona el conocimiento del mundo, en este caso en particular partiendo desde una idiosincrasia futbolística compartida como identitaria y representación de lo nacional.

La autora sostiene la existencia de un fenómeno interesante, la tendencia al uso de la metáfora del fútbol como una metáfora conceptual, la cual es compartida por la comunidad argentina. Debido a que muchos eventos de la vida cotidiana son expresados por medio del dominio fuente “fútbol”, es decir, ciertas realidades en Argentina son expresadas en términos del fútbol. Por ejemplo: “le faltan jugadores” para referirse a que la persona tiene problemas mentales, “embarrar la cancha” es usualmente utilizado para expresar que alguien no está siendo honesto del todo, entre otros. De esta forma, se evidencia que el fútbol es un dominio fuerte por excelencia, por medio del cual emergen metáforas óptimas y apropiadas para diversos tipos de argumentación en la vida cotidiana. Para reconfirmar lo expuesto, en palabras de la autora:

El evento extraño, desmesurado o incomprensible se intenta aprender y aprehender a través del procedimiento metafórico. De esta forma, en el discurso que se analiza se equipara la conducta pertinente frente a la pandemia con las acciones pertinentes y exitosas en el fútbol (Dackow, 2020, p. 12).

La llegada de la pandemia representó una realidad incierta y totalmente nueva para todas las naciones. En Argentina el problema demandó estrategias que comunicaran la información sobre el coronavirus y las medidas de prevención de un modo de fácil asimilación por la sociedad. Por ello, esta campaña recurrió al uso de la metáfora para explicar a la población argentina la nueva situación compleja (pandemia-virus) mediante concretizaciones simples que parten del fútbol.

Por último, la autora constata la organización de un discurso estructurado constituido completamente de metáforas y compuesto por una serie de metáforas dinámicas, las cuales tienden a habilitar u ocultar ciertos elementos según la intención del discurso. En otras palabras, la metáfora activa los aspectos positivos del fútbol y algunos negativos que considera beneficioso según lo que intente transmitir; en este caso, motivado por la necesidad de crear conciencia, dejando de lado aquellos elementos nocivos del fútbol (asesinatos, violencia, corrupción), que de ser usados desviarían el mensaje de concientización. De esta manera, se evidencia la vinculación ideológica entre las metáforas cotidianas y las representaciones sociales que conforman parte de una comunidad determinada.

Dackow (2020) observa que la metáfora cumple la función persuasiva y explicativa tanto en el discurso verbal como icónico. A su vez, la productividad y

la operatividad explicativa de la metáfora le permiten concretizar fenómenos abstractos o simplificar fenómenos complejos. Por ello, las representaciones sociales que son transmitidas por medio de las redes sociales u otro medio de comunicación son enunciados que utilizan diversas estrategias, entre ellas por su eficacia de la metáfora (p. 14).

3. Estudios de la metáfora del discurso deportivo en el inglés

En la realidad lingüística de la lengua inglesa los estudios sobre metáfora en el entorno del fútbol cuentan con mayor acogida por parte de los investigadores. Algunos de los estudios cuya línea de investigación guarda relación con el propósito de este trabajo son comentados en los apartados siguientes.

En el artículo “Metaphors from other sports in the language of soccer – Evidence from English and Polish”, Marcin Lewandowski (2009) lleva a cabo un estudio sobre las metáforas del fútbol inglés y polaco expresadas a partir de dominios origen provenientes de otros deportes. Tras el análisis de expresiones metafóricas que hacen referencia al fútbol en términos de otros deportes reconocibles y populares con tradiciones establecidas, se observa que el mayor contribuyente es el boxeo; es decir, un partido de fútbol puede ser comprendido en términos de un combate de boxeo. Más adelante en el *ranking* se emiten metáforas vinculadas al atletismo de pista y campo y las carreras de caballos (LA COMPETENCIA DE FÚTBOL ES UNA CARRERA). También destacan las metáforas de la navegación (UN TÉRMINO DE FÚTBOL ES UN BARCO DE VELA) y en términos del ajedrez (UN PARTIDO DE FÚTBOL ES UN JUEGO DE AJEDREZ), entre otros deportes con menor frecuencia. Por último, el autor concluye que los escritores suelen recurrir a las metáforas con el propósito de concisión (economía del lenguaje, valor emocional incrustado en tales términos y persuasión para hacer que los lectores estén de acuerdo en un punto de vista específico).

En el artículo “Football is war: A case study of minute-by-minute football commentary”, Gunnar Bergh (2011), basado en la teoría de la metáfora cognitiva propuesta por Lakoff y Johnson (1980), realiza una investigación en torno a dos criterios. Por un lado, los comentarios públicos sobre un evento de fútbol que se organizan siguiendo algunos conceptos y parámetros propios de la guerra y, por otro, esta estrategia es un requisito funcional y exitoso en los medios de comunicación en vivo. Este objetivo se realizó mediante un estudio de caso de comentarios emitidos durante la octava de final del torneo internacional Euro 2008, organizado conjuntamente por Suiza y Austria, y

publicados minuto a minuto (MBM) en la pestaña virtual del diario británico *The Guardian*.

Además de ello, a partir del análisis de la base de datos de comentario de MBM, propone que, además de la conexión conceptual entre la guerra y el fútbol, las expresiones metafóricas cumplen la función de enriquecer el vocabulario del fútbol, lo cual favorece a los comentaristas cuando tratan de representar el fútbol y, a su vez, propicia el interés y dramatismo entre los aficionados al fútbol. Es decir, los periodistas transforman el juego en un escenario de guerra, y se dirigen así al consumidor de una forma más básica y a nivel emocional.

Por último, la combinación de mapeo conceptual y el incremento de terminología es usado para aumentar el valor de la información transmitida mediante medios en vivo.

En el texto “Fooball is not only a war. Non-violence conceptual metaphors in English and Polish soccer language”, Lewandowski (2012) pretende lograr dos objetivos. En primer lugar, intenta demostrar cómo el fútbol se puede estructurar en términos distintos a la “no violencia”, debido a que la metáfora conceptual es una herramienta útil para reconstruir la imagen lingüística del mundo. Además, busca determinar qué tipos de imágenes generan las metáforas del lenguaje del fútbol. En segundo lugar, debido a que el corpus incluye datos en inglés y polaco, sugiere la hipótesis de un análisis comparativo entre ambos idiomas para determinar similitudes o diferencias en términos del uso de los dominios fuente, el grado de elaboración de la metáfora y asignaciones a través de los dominios y expresiones metafóricas. Tras el análisis, el autor encontró una serie de similitudes cualitativas y cuantitativas entre las metáforas del fútbol inglés y polaco. Similitudes lingüísticas para ambos idiomas de manera muy habitual en metáforas como EL EQUIPO GANADOR ESTÁ ADELANTE y EL EQUIPO PERDEDOR ESTÁ ATRÁS.

Por lo contrario, las metáforas EL PARTIDO DE FÚTBOL ES UNA PRUEBA y EL EQUIPO DE FÚTBOL ES UN EDIFICIO son más destacadas en el lenguaje de los reporteros del fútbol polaco, mientras que la metáfora del *teatro* y *viaje* son más recurrentes en la elaboración lingüística en el fútbol inglés.

Para finalizar, el autor distingue que la mayoría de las metáforas conceptuales discutidas en este artículo se utilizan para estructurar los discursos de otros

deportes, en particular los de deportes en equipo. Esto podría ser un tema que valdría la pena investigar en posteriores estudios de metáforas deportivas (p. 17).

En el artículo “Metaphors in Indonesian soccer news”, Ekaning Krisnawati (2014) realiza un análisis cognitivo de las metáforas encontradas en las noticias de fútbol de Indonesia mediante la teoría de la metáfora conceptual (Lakoff y Johnson, 1980), a partir de la recolección de expresiones metafóricas tomadas desde dos periódicos publicados en Indonesia, *Kompas* y *Pikiran Rakyat*, de las ediciones de junio a septiembre de 2013. El autor considera que las expresiones lingüísticas en las noticias de fútbol de Indonesia revelan algunas metáforas conceptuales que configuran el pensamiento. Por ejemplo, los goles —objetivo principal del juego— es expresado mediante el dominio del oro y los cultivos; ya que tanto la extracción de oro como las cosechas son objetivos principales dentro de la población del estudio (mineros y productores). El fútbol es también conceptualizado en términos de la actividad de la caza y los goles representan a la presa capturada (p. 29).

En el artículo “You’ll never walk without metaphor: A study of the football chants”, desarrollado por Argan, Ozgen, Ilbars, Yetim y Kaya (2020), se determinan las metáforas utilizadas en los cánticos de los equipos de fútbol. Para ello, se examinó a través del contenido de 84 cánticos compuestos por 13 equipos de la Superliga de Turquía, que fueron seleccionados utilizando muestreo por criterio intencional conformado por las metáforas detectadas al escuchar y leer las letras de los cánticos, que se ingresaron al programa SPSS 23, a fin de establecer la frecuencia y grado porcentual. Posteriormente, las metáforas utilizadas en los cánticos de todos los equipos fueron clasificados de acuerdo con sus características comunes. En los resultados, los autores determinan 526 metáforas dentro de los cánticos del corpus del estudio. Las emisiones más sobresalientes fueron las metáforas del “corazón” y “amor”. Estas metáforas fueron divididas en seis categorías: “pasión”, “poder”, “naturaleza”, “símbolo”, “vida” y “fanatismo”. Entre ellas, la categoría de la pasión fue la más frecuente, lo que evidencia que los aficionados pueden transmitir sus emociones vigorosas a sus equipos. Los autores concluyeron que la intensidad de las emociones de los cánticos está respaldada por metáforas, con el fin de dejar huella y mantenerse en la mente de manera más influyente.

El artículo de Allyu Yakubu (2018), titulado “Conceptual metaphor in the language of football commentary: A cognitive semantic study”, examina cómo

los comentaristas emplean una metáfora conceptual para discutir acciones e ideas relacionadas con el fútbol. Los datos utilizados para este estudio son un comentario de un partido de fútbol entre Nigeria y Argelia, que tuvo lugar en el Estadio Godswill Akpabio de Uyo, Akwa Ibom (Nigeria), el 12 de noviembre de 2016. El juego fue seleccionado de un sitio web de fútbol en línea (www.goal.com). El estudio revela que un partido de fútbol no únicamente se considera un evento deportivo destinado a entretener a una audiencia, sino también forma parte de un negocio para las personas que participan activamente del fútbol, como jugadores, entrenadores, clubes, directores, presidentes, patrocinadores corporativos, etc.

Además, se evidencia el uso de términos relacionados con la guerra, como batalla, misil, ataque y colisión, en referencia a acciones futbolísticas. Esto puede corroborarse en la cita recogida del autor:

Through the conceptual metaphor, the domains of football and war have become fused. This makes the domain of football to be perceived as a sub-domain in the conceptual field of war, through the incorporation of words from the higher domain (war) in the domain of football (Allyu Yakubu, 2018, p. 10).

Por lo tanto, esta incorporación de palabras de un dominio conceptual a otro es una de las afirmaciones centrales de la semántica cognitiva.

4. Conclusión

Por lo señalado anteriormente, se observa que los estudios en relación con la metáfora conceptual en torno al fútbol han ido desarrollándose de modo regular en diversas realidades lingüísticas de la lengua española (Chile, Argentina, Colombia, Costa Rica) e inglesa (Indonesia, Polonia, Turquía, Suiza, Nigeria y Argelia). En el Perú, esta línea de investigación en el ámbito del fútbol aún no ha sido iniciada. Sin embargo, existen dos estudios que incitaron y guardan relación con el marco teórico y metodológico del presente estudio, pero están enfocados al campo de la política. Las tesis de maestría desarrolladas por Osorio (2016), *Usos metafóricos en el discurso político en la prensa de Lima (2012-2013)*, y Chávez (2019), *Estudio cognitivo de las metáforas en el discurso político peruano*, analizan los diversos mecanismos cognitivos involucrados en la construcción del discurso político y llegan a resultados cualitativos y cuantitativos sustanciales. Asimismo, determinan la caracterización cognitiva del discurso político, lo que motiva a realizar estudios en otros ámbitos discursivos

(como el publicitario, el económico, el deporte, entre otros) para evaluar su practicidad más allá del ámbito estudiado.

Consideramos necesario desarrollar esta investigación porque nos brindará más información sobre los mecanismos que utiliza la prensa deportiva para construir metáforas que ilustran situaciones controversiales del escenario futbolístico, así como señalar las metáforas más frecuentes y determinar su función en el acto comunicativo, pues el discurso del fútbol evidencia una gran afluencia de expresiones metafóricas que demandan ser analizadas a partir de enfoques semánticos y pragmáticos.

Referencias bibliográficas

- Argan, M., Ozgen, C., Ilbars, B., Yetim, G. y Kaya, S. (2020). You'll never walk without metaphor: A study on the chants of football teams. *Pamukkale Journal of Sport Sciences (Turkey)*, 11(1), 0722. https://www.researchgate.net/publication/328760198_You'll_NeverWalk_without_Metaphor_A_Study_on_The_Chants_of_Football_Teams
- Cáceres Moya, J. (2011). *Las metáforas bélicas del fútbol: un fenómeno cultural y discursivo Futbolred*. [Tesis en Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana]. <http://hdl.handle.net/10554/5667>
- Chávez, A. (2019). *Estudio cognitivo de las metáforas en el discurso político peruano*. [Tesis de magíster en Lingüística, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/11425>
- Dackow, C. (2020). Te lo explico con fútbol. La proyección metafórica del fútbol en la campaña de concientización sobre el coronavirus en Argentina. https://www.academia.edu/43896111/Te_lo_explico_con_futbol_La_proyecci%C3%B3n_metaf%C3%B3rica_del_futbol_en_la_campa%C3%B1a_de_concientizaci%C3%B3n_sobre_el_Coronavirus_en_Argentina
- Krisnawati E. (2014). Metaphors in Indonesian Soccer News. *Academy Publisher (Finland)*, 4(1), 24-29. <https://doi.org/10.4304/tpls.4.1.24-29>
- Lewandowski, M. (2009). Metaphors from other sports in the language of soccer – Evidence from English and Polish. En P. Nowak y P. Nowakowski (eds.), *Language, Communication, Information*, (4) 29-48.
- Lewandowski, M. (2012). Football is not only a war. Non-violence conceptual metaphors in English and Polish soccer language. *Sprache und Fußball im Blickpunkt linguistischer Forschung*, 79-95. https://www.academia.edu/5843861/Football_is_not_only_war_Nonviolence_conceptual_metaphors_in_English_and_Polish_soccer_language

- Molina, C. (2013). *Metáforas conceptuales en el discurso periodístico del fútbol*. Universidad de Concepción.
- Osorio, T. (2016). *Usos metafóricos en el discurso político en la prensa de Lima (2012-2013)*. [Tesis de magister en Lingüística, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/4799>
- Ruiz, D. (2006). *Entre cañonazos, balonazos y golazos: Un análisis descriptivo de la metáfora en el uso de las expresiones violentas para nombrar, designar e interpretar implemotos, personajes, situaciones y/o acciones del microfútbol en Cartagena*. [Tesis de grado, Universidad de Cartagena]. <https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/11383>
- Segura, G. (2009). Prepara, apunta, dispara... fusila al portero. La metáfora bélica en el fútbol. *Artes y Letras*, 34(4), 67-74. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/kani-na/article/view/1577>
- Visbal, K. (2015). *Metáforas de la violencia en el fútbol: análisis discursivo de las noticias de prensa virtual de la página fútbolred*. [Tesis de grado en Lingüística y Literatura, Universidad de Cartagena]. <https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/4337>
- Yakubu, A (2016). Conceptual metaphor in the language of football commentary: A cognitive semantic study. *Ganga Journal of Language and Literary Studies*, 5(4), 2-17. https://www.researchgate.net/publication/329444341_Conceptual_Metaphor_in_the_Language_of_Football_Commentary_A_Cognitive_Semantic_Study