

## De la mente al diccionario

Metáforas creativas y cambio semántico en  
el discurso económico mediático

Alicia Urquidi Díaz



University  
of Bamberg  
Press

## **18** Bamberger Beiträge zur Linguistik

# Bamberger Beiträge zur Linguistik

hg. von Thomas Becker (†), Martin Haase, Geoffrey Haig,  
Sebastian Kempgen, Manfred Krug und  
Patrizia Noel Aziz Hanna

Band 18



# De la mente al diccionario

Metáforas creativas y cambio semántico en el  
discurso económico mediático

Alicia Urquidi Díaz

Bibliographische Information der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Informationen sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Diese Arbeit hat der Fakultät Geistes- und Kulturwissenschaften der Otto-Friedrich-Universität Bamberg unter dem Titel „De la mente al diccionario“ als Dissertation vorgelegen.

Gutachter: Prof. Dr. Hans-Ingo Radatz

Gutachter: Prof. Dr. Josep Martines Peres

Tag der mündlichen Prüfung: 25.07.2017

Dieses Werk ist als freie Onlineversion über den Hochschulschriften-Server (OPUS; <http://www.opus-bayern.de/uni-bamberg/>) der Universitätsbibliothek Bamberg erreichbar. Kopien und Ausdrücke dürfen nur zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch angefertigt werden.

Herstellung und Druck: docupoint Magdeburg

Umschlaggestaltung: University of Bamberg Press, Larissa Günther

Umschlagbild: © Isabel Urquidi Díaz

© University of Bamberg Press Bamberg 2018

<http://www.uni-bamberg.de/ubp/>

ISSN: 2190-3298

ISBN: 978-3-86309-587-1 (Druckausgabe)

eISBN: 978-3-86309-588-8 (Online-Ausgabe)

URN: urn:nbn:de:bvb:473-opus4-523550

DOI: <http://dx.doi.org/10.20378/irbo-52355>

# Índice general

Agradecimientos ( <i>Danksagung</i> )	11
Resumen ( <i>Summary</i> )	13
<b>Introducción</b>	<b>25</b>
Preguntas y objetivos del estudio . . . . .	25
Contenido y secciones . . . . .	29
<b>I Marco conceptual</b>	<b>35</b>
<hr/>	
<b>1 La metáfora histórica</b>	<b>37</b>
1.1. Tradiciones en el estudio de la metáfora . . . . .	39
1.2. La filosofía del lenguaje corriente y la pragmática . . . . .	43
1.2.1. Lakoff contra Davidson . . . . .	43
1.2.2. La pragmática lingüística . . . . .	45
1.3. El giro cognitivo en los estudios de la metáfora . . . . .	49
1.3.1. La Teoría de la metáfora conceptual . . . . .	49
1.3.2. Críticas a la CMT . . . . .	57
1.3.3. Turner y Fauconnier: espacios mentales e integración conceptual . . . . .	59
1.3.4. Integración conceptual y la perspectiva pragmática	63
1.3.5. Algunas distinciones básicas . . . . .	66
<b>2 La metáfora contemporánea</b>	<b>75</b>
2.1. La metáfora conceptual en la <i>mente, lengua y comunicación</i>	75
2.2. La metáfora como <i>proceso y producto</i> creativo . . . . .	77
<b>3 Discurso y funciones de la metáfora</b>	<b>83</b>
3.1. Nociones de discurso . . . . .	83
3.2. El discurso y las funciones lingüísticas . . . . .	86
3.3. La función y el lenguaje figurativo . . . . .	94
3.4. Efectos discursivos de la metáfora creativa . . . . .	96
3.5. Niveles funcionales y metas perlocutivas . . . . .	98
3.6. Ejemplos de polifuncionalidad . . . . .	100

<b>4</b>	<b>Convencionalidad y creatividad</b>	<b>103</b>
4.1.	Muertos vivos: la Teoría de selección de enunciados . . .	103
4.2.	Procesos sociales de cambio semántico . . . . .	106
4.3.	La metáfora en uso: el <i>locus</i> del cambio semántico . . . . .	107
4.3.1.	Condiciones de convencionalización . . . . .	113
4.3.2.	Convención y discurso ideológico . . . . .	116
4.4.	Convencionalidad y novedad: dimensiones de un continuo	118
4.4.1.	<i>Entrenchment</i> o arraigamiento cognitivo . . . . .	118
4.4.2.	Procesamiento . . . . .	120
<b>II</b>	<b>Metodología y datos para el estudio</b>	<b>125</b>
<hr/>		
<b>5</b>	<b>Metáforas en el corpus</b>	<b>127</b>
5.1.	Los estudios del corpus y la metáfora conceptual . . . . .	128
5.2.	Identificación de expresiones metafóricas . . . . .	130
<b>6</b>	<b>Corpus: orientación y selección</b>	<b>135</b>
6.1.	El tema: economía . . . . .	135
6.2.	Medio y tipo de discurso . . . . .	135
6.3.	Selección de las fuentes . . . . .	137
<b>7</b>	<b>Generación del corpus</b>	<b>139</b>
<b>8</b>	<b>Búsqueda</b>	<b>141</b>
<b>9</b>	<b>Codificación</b>	<b>143</b>
<b>III</b>	<b>Análisis</b>	<b>145</b>
<hr/>		
	<b>Metáforas creativas en el discurso económico de los medios</b>	<b>147</b>
<b>10</b>	<b>La base convencional de las metáforas económicas</b>	<b>151</b>
10.1.	Documentación en estudios previos . . . . .	151
10.2.	Análisis de un texto completo . . . . .	154
10.3.	Metáforas activas en el corpus . . . . .	159
10.3.1.	Naturaleza y seres vivos . . . . .	161
10.3.2.	El cuerpo humano . . . . .	164
10.3.3.	La salud . . . . .	165

10.3.4. La metáfora mecánica . . . . .	167
10.4. La metáfora convencional como prototipo . . . . .	169
<b>11 Procesos creativos individuales</b>	<b>175</b>
11.1. La innovación como efecto prototípico . . . . .	177
11.2. La interfaz genérica en metáforas y metonimias creativas .	178
11.2.1. Un caso especial de integración conceptual: DEATH, THE GRIM REAPER . . . . .	179
11.2.2. El <i>banco pirata</i> . . . . .	182
11.2.3. Una <i>ensalada</i> de impuestos <i>verdes</i> . . . . .	184
11.3. La metáfora de doble proyección . . . . .	187
11.4. La metáfora mixta . . . . .	189
<b>12 Las metáforas en el discurso</b>	<b>195</b>
12.1. Contexto político y social del discurso en análisis . . . . .	195
12.1.1. La transición chilena a la democracia (1990–2011)	195
12.1.2. España en la Unión Europea después de la crisis .	198
12.2. La metáfora y <i>contrametáfora</i> en la prensa económica . . .	199
12.2.1. Funciones comunicativas de la metáfora económica: la argumentación . . . . .	200
12.2.2. La función estilística . . . . .	202
12.2.3. La función conceptualizadora . . . . .	205
12.2.4. Estrategias de contradiscurso: puesta en cuestión, subversión conceptual y deexnominación . . . . .	217
12.3. Propagación de metáforas creativas y las metáforas de autor	221
12.3.1. El <i>calamar vampiro</i> . . . . .	222
12.3.2. La <i>retroexcavadora</i> . . . . .	223
<b>13 Conclusiones</b>	<b>227</b>
<b>Abreviaturas y convenciones</b>	<b>231</b>
<b>Fuentes de corpus escrito</b>	<b>233</b>
<b>Índice de figuras</b>	<b>235</b>
<b>Índice de tablas</b>	<b>237</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>239</b>





Dedicado a Kevin  
y a quienes aman las palabras  
y las máquinas.



## Agradecimientos (*Danksagung*)

Mein Dank gilt zuallererst Prof. Dr. Hans-Ingo Radatz, meinem Doktorvater, für die Betreuung dieser Arbeit. Jede Phase wurde von ihm intensiv, professionell und mit persönlichem Einsatz warmherzig begleitet. Die Freiheit, die er mir während des gesamten Forschungsprojektes gewährte, trug maßgeblich zum Gelingen dieser Arbeit bei.

Ferner danke ich Prof. Dr. Josep Martines, meinem Zweitbetreuer aus Alacant, für die kritische Auseinandersetzung mit diesem Themenkomplex. Die zahlreichen Gespräche auf intellektueller und persönlicher Ebene werden mir immer als bereichernder und konstruktiver Austausch in Erinnerung bleiben. Ich habe unsere Dialoge stets als Ermutigung und Motivation empfunden. Mein weiterer Dank gilt Prof. Dr. Vicent Martines, und den Kollegen der Universitat d'Alacant und IVITRA, für ihre Gastfreundschaft während meines dortigen Forschungsaufenthaltes im Jahr 2015.

Mehrere Stellen dieser Arbeit entstanden aus Diskussionen im Rahmen von Seminaren, Tagungen und Workshops. Mein Dank gilt daher auch Dr. Anette Kremer (Bamberg), Prof. Dr. Paola Alarcón (UdeC), Karina Narbona (Fundación Sol), Dr. Jorge Atria (PUC), Prof. Dr. Susan Nacey (HIHM), Dr. Poppy Siahaan (Köln), Izarbe García-Sánchez, Dr. Ingo Feldhausen (Frankfurt), und Jochen Podelo (Bamberg) für die kollegiale Beratung, die für die Entwicklung dieser Arbeit unerlässlich war.

Vielen Dank an Prof. Dr. Martin Haase, Prof. Dr. Geoffrey Haig und an die Mitglieder der Bamberg Graduate School of Linguistics (BaGL) für ihre freundliche und wertvolle Betreuung. An meine Bamberger Kollegen und Mitstreiter der Romanistik, Prof. Dr. Enrique Rodrigues-Moura, Hanna Budig und Tanja Schubert, und die Doktorandengruppe der BaGL, geht mein besonderer Dank für die angenehme Zusammenarbeit. Ganz besonderer

Dank geht an Dr. Marion Hacke, vom Scientific Career Service, für ihr hervorragendes und außergewöhnliches Mentoring in allen Angelegenheiten rund um das Promovieren.

Es braucht ein ganzes Dorf, um eine Promotion zustande zu bringen, aber als Kind einer großen Familie ist man nie allein. (Gracias familia, por prestarme refugio y hacerme compañía desde lejos. Gracias en especial a Arturo Figueroa por la lectura del primer borrador y los incisivos comentarios, las discusiones de teoría y del acontecer nacional en medio de las movilizaciones sociales. Y en el pueblo de Bamberg, sin la compañía de Anette, Izarbe, Ingo, Rocío, Kevin, Núria Picallo y Katharina Scheffner todo se me habría hecho mucho más pequeño.)

Diese Arbeit wurde in mehrfacher Weise durch die Frauenbeauftragten der Otto-Friedrich-Universität Bamberg gefördert. Ohne ihre Unterstützung durch Tagungs- und Publikationsprämien, das FORSCHENDE FRAUEN Kolloquium, und insbesondere das Step-by-Step Stipendium im Jahr 2013 und 2015, wäre meine Promotion nicht möglich gewesen. Ferner hat das IPID-4all Programm des DAAD und der Trimberg Academy der Universität Bamberg mein Forschungsaufenthalt in Alacant durch ein Mobilitätsstipendium ermöglicht.

# Resumen (*Summary*)

## Research question and objectives of the study

This project has approached conventional metaphor and creativity from two different perspectives: conceptual and semantic creativity at the individual level, and conventionalization of new metaphors from a social perspective. In order to tackle the issue of convention and creativity in conceptual metaphor and metonymy, both perspectives are required.

Although conceptual metaphor and metonymy have been studied extensively, the processes through which conventional concepts originate are not yet completely understood. Even the approaches to the study of language change that have focused on metaphors tend to adopt mainly semasiological perspectives, and onomasiological approaches to this phenomenon are rare. Furthermore, Spanish-language conceptual metaphor scholarship is still dominated by the classical approach introduced in 1980 by George Lakoff. Currently, studies of metaphors in Spanish discourse very seldom reflect the most recent theoretical and methodological findings on the subject (which have been applied widely in English, Dutch and other European languages). This project set out to address both issues, in order to attempt to tackle metaphor creativity in Spanish, in a specific domain (economics), and in a way that accounts for both the semasiological and onomasiological facets of this phenomenon.

Our object of study, metaphor creativity and change in the domain of economics, has been chosen for two main reasons. The first reason is that, while faced with the lack of an existing framework (theoretical and methodological) to study creative metaphors, we found plenty of linguistic and sociological research on the topic of metaphor in economics, in many languages. Thus, the many available studies provided us with a good

empirical foundation for an attempt to re-analyze this conceptual domain. Specifically, we found enough material on metaphors in Spanish-language teaching (ELE), translation, and terminology (an excellent summary of this work can be found in Herrera-Soler and White (2012)). The second reason had to do with the abundance of data on metaphors in economic discourse, which is readily available online in the form of Spanish-language online newspapers that are behind few, if any, paywalls. This metaphor-dense genre contains a high supply of both creative and conventional examples of metaphor and metonymy.

In short, we chose metaphors in economic media discourse because it is an accessible phenomenon to observe, because it has been studied before from many different perspectives, and because a new approach to this phenomenon, based upon a solid body of research, will afford new insights into the processes of metaphorical creativity.

It is also important to underscore the social and political relevance of a study such as this. While economics may be regarded as a technical specialty, the economy itself is a domain of thoroughly popular interest. The language of economics is crucially relevant to modern Western society, and may even be considered constitutive of some of its main tenets in a way the specific languages of, say, cooking or sports, could not. There are good arguments in support of the claim that market models have come to substitute other conceptualizations of social structure, and market logic is currently used to explain the nature of human relations between individuals, in society, politics and even moral domains, that goes beyond the classical applications of economic theories (Marçal, 2016). But the financial and economic crises the global West has had to face in the past decade have given rise to cultural movements that have started to question the established opinions and neoliberal narratives of progress, society and value. The present cultural crisis appears to be one in which, according to Bourdieu, “the constitutive power of (political or religious) language” to establish and question “the schemes of perception and thought which it procures” is being put in the spotlight (Bourdieu, 2009, p. 129). In the

face of this, *good metaphors*—which possess certain characteristics and linguistic relevance and adequacy, and are capable of evolving and surviving the processes of language change— may be used as tools for political action. Their application can support strategies of discursive resistance in the face of linguistic and cultural conventions used to justify and perpetuate social inequality and established power relations. Following the maxim formulated in Barthes (2008, p. 12), that there should be no “denunciation without its proper fine instrument of analysis”, we believe that an analysis of political discourse of this kind can provide well-founded linguistic insight to support political action, and can constitute a transdisciplinary contribution to the sociology of communication and political communication. We will be very pleased if the analysis of economic/political discourse provided here is received, as we intend it, as a small but solid step in this direction.

The main purpose of this thesis has been to study the cognitive processes, the semantic-conceptual products and the discursive functions of creative metaphors (understood as a modality of creativity in language-in-use that has the potential to become conventionalized in the language system). Based upon an analysis of metaphorical expressions in specific social and communicative contexts, this study attempts to integrate some elements of cognitive semantic theory, historical lexicology and pragmatics into a coherent description of the mental processes which, in accordance with the Speaker/Writer’s (SP/W’s) functional and communicative intentions, can generate creative utterances based on conventional elements. These utterances are relevant and pertinent in the context in which they are uttered, and to the community of Addressee/Readers (AD/R’s) who, given certain conditions, will replicate and introduce them into their own repertoire of conventional expressions. After a while, these expressions will lexicalize and become a part of the language system. To achieve the purpose of this study, we examine the relationship between creativity and conventionality, both in language as a whole and in Spanish in particular. As for the phraseological perspective, we have focused our analysis on the



contextual and inherent conditions that favor the conventionalization of creative constructions into symbolic units. That is, we contextualize and describe expressions such as *peak of the [real estate] bubble* ('the height of the boom'), *salad of green taxes* ('a disorganized system of environmental taxation'), and *pirate bank* ('a British bank that conducts questionable business abroad').

## Content and sections

The first part of the study provides a brief summary of the landmarks of metaphor studies in linguistics and its related disciplines (section 1), its main currents and theories from antiquity to the mid 20th century. In this section, we discuss the classical rhetorical approaches that recognize a role for metaphor in argumentative and poetic discourse, as well as in everyday speech. We then review the role that metaphor plays in the philosophy of language, which conceptualizes metaphor as a pragmatic phenomenon with no conceptual content. However, we also recognize philosophy's contribution to the study of metaphor as a pragmatic phenomenon, a figure of communication understood in terms of reader and speaker comprehension and the inferential processes involved in making sense of unfamiliar metaphorical utterances. After discussing metaphor in pragmatics, we address the *conceptual turn*, which, starting in the 1980s, revisits metaphor's role in everyday speech, focuses on some of its rhetorical and functional aspects, and offers a new, modern theoretical model based on cognitive psychology to account for conventional metaphors' conceptual structure. Here, two influential models are described: Lakoff and Johnson's *Conceptual Metaphor Theory* (2003), and Fauconnier and Turner's (2003) *Conceptual Integration Model*. The latter is elaborated in Brandt and Brandt's (2005) *semiological model*, which situates the process of meaning creation in an epistemic, situational context, and creates an overarching framework to integrate conceptual and cognitive dimensions of metaphor/ metonymy

with the social and cultural parameters that have an impact on the way their meaning is construed.

The *conceptual turn* and the tools it has contributed to the discipline have been elaborated in the studies described in section 2, where we present a critical summary of the approaches to linguistic metaphor that have been predominant in the first two decades of the 21<sup>st</sup> century. Characteristic of these is a disaggregated view of the core parameters of metaphor in language, such as *conventionality* and *creativity* of metaphor, the distinction between metaphor as *product* and as *process*, metaphor-related innovation as an *individual* and a *social* phenomenon, as well as the different levels of analysis on which to place metaphor creativity (*conceptual/system and use/communication/discourse*) and its effects. A significant portion of the theoretical discussion in this study is dedicated to placing these categories in a critical perspective, in order to choose the most appropriate ones for our analysis.

This approach, which employs methods from both cognitive and pragmatic linguistics, is also placed within a larger, social scientific perspective, where metaphoric processes and products can be interpreted in terms of the communicative situation and the more general discursive context of utterance. For this reason, section 3 is devoted to discussing the functions of creative metaphors, both in general and in the particular context of economics/political discourse, as well as potential intersections between *function*, *cognition*, *convention*, and *change*. This kind of analysis, which seeks to explain processes of social and personal cognition (Van Dijk, 2001, p. 354), associated with creative language, is put into dialogue with a critical discourse analysis of Chilean and Spanish media and their coverage of economic news (the subject of the final sections of this study).

In section 4, we approach conventionality, innovation and the social dimension of language change from a lexicological perspective. Just like any other kind of language innovation, when individual, creative figurative expressions are generalized, form begins to fossilize and meaning may become more schematic; the expression in question may become a frequent

collocation and even a part of the language system. For this purpose, we review Croff's (2000) evolutionary model of semantic change and Traugot and Dasher's (2005) pragmatic theory of language change (which places subjectivity and intersubjectivity at the center as the forces that drive processes of semantic change). Apart from being compatible, these models are capable of integrating other cognitive linguistic and pragmatic categories for the analysis of creative metaphors in discourse, also discussed from this perspective in this section. Thus, we scrutinize a large set of parameters of metaphoricity in usage (type of cognitive processing, lexicalization, frequency, subjectivity and intersubjectivity, function, onomasiological and semasiological saliency) through a diachronic lens. We place these parameters along the conventionality/novelty cline to highlight the different perspectives and factors that influence metaphoric creativity, which can be identified by means of different types of empirical evidence.

The second part of this study (II) outlines and describes the study's methodology. With an explicitly pragmalexicological and cognitive model and pragmatics as a source of metaphoric meaning, we have carried out a critical corpus analysis of written texts to gather data on the products and effects of the cognitive processes that give birth to figurative language. In section 5, we discuss the difficulties inherent to conceptual metaphor identification, which is based on concrete metaphorical expressions, and we explain the criteria used to assign a given conceptual metaphor to the figurative expressions encountered in the corpus. In section 6 we discuss our selection of a written corpus, economics media discourse. In terms of genre, this corpus is situated in an overlapping space between political and media discourse. The practical details on the construction of the corpus are presented on section 7. Sections 8 and 9 describe the heuristic search strategies that allowed us to automatize part of the search for creative metaphors in our corpus, and the annotation logic we employed for our results. We decided to group the metaphorical and metonymical expressions in conceptual (semantic) categories according to their source

domain —medicine, religion, cooking, etc.— and to the cognitive phenomena which they evidence.

These phenomena are our main object of linguistic analysis, and they take up a large portion of the third part of this study (III), which is divided in three sections: Conventional metaphors and their conceptual structure (section 10), the individual cognitive processes and phenomena (section 11) and the functional/discourse analysis within their context of utterance (section 12). The first of these will provide an exposition of the conventional metaphoric background of the language of economics, a veritable toolbox filled with conventional figurative expressions —forms and conventional concepts— that are available to all speakers, for them to reproduce, alter and interpret in communication. This section focuses on the conventional spectrum of our data, and we offer various examples for each of the determined conceptual domains (THE ECONOMY IS A MACHINE, THE ECONOMY IS A LIVING BEING, INSTITUTIONS ARE BUILDINGS, etc.) Although a great part of the conceptual metaphors we have encountered in the Spanish corpus reflect other languages' attested conventional categories, as well as many previously attested for Spanish, there are also plenty of expressions that appear unique to the Spanish-speaking community (eg. *chiringüito financiero*, 'a financial beach-bar' or 'a shady financial services establishment'). In section 10.4 we outline a basic onomasiological model for conceptual metaphor, in which a *prototypical category* (Geeraerts, 1997; Geeraerts, 2002; Grondelaers and Geeraerts, 2003) accounts for the differences in metaphoricity between expressions that are conceptually related.

Section 11 describes the individual creative processes that employ conventional conceptual content to give origin to new figurative expressions. Fauconnier and Turner's (2003) and Brandt and Brandt's (2005) models of conceptual integration are here applied to the description of cognitive processes, with some modifications to add granularity. Here, we highlight the existence of metonymical and metaphorical sub-processes in conceptual integration, which are smaller in scale, but work together to give form to figurative products that can be interpreted as metaphors or metonymies. Two

of these processes, named *interfaces*, double and generic, are elaborated alongside examples and schematic representations.

Section 12 focuses on the functions of metaphor in discourse, especially creative metaphors with a political, subversive or counter-ideological intent. As discursive context is indispensable to be able to understand the inferences produced by metaphors in communication, we offer a brief summary of the social context of the speaker communities under study (Chile and Spain). Following this summary, we analyze a number of examples of deliberate, creative metaphor use, the functions they serve and the meanings they communicate. Lastly, we integrate and discuss the semiotic factors (social, pragmatic, formal and structural) that constrain creative metaphor conventionalization.

## Conclusions

Our study reveals that there is still room to improve the granularity of metaphor analysis, both in terms of the description of the conceptual structure of metaphors, and that of the cognitive processes that produce it. A study of metaphor and metonymy in use that uses process and product descriptions to discover processal and structural patterns is one of the ways in which these improvements can be attained. Particularly for these purposes, introspection alone will not make visible the patterns of usage that do become clear when looking at a considerable sample of metaphorical expressions. Hence, future projects should consider developing an annotated corpus of Spanish-language metaphors and metonymies, such as already exist in English and Dutch. A project like this would require a significant investment of many thousands of hours of reading and, most likely, manual annotation of large amounts of written and/or oral material, as well as other material resources. However, it would be a productive investment, as the availability of this material would allow us to keep illuminating the complexities of figurative thought in human cognition.

In sum, we believe that the current state of linguistics theory and its related disciplines —particularly the social sciences and sociolinguistic approaches to change— do contain the necessary elements for a solid, coherent framework that explains the vital cycle of conceptual metaphor and metonymy, from the mind all the way to the dictionary. Any future study that follows this path will benefit from corpus approaches to metaphor in use.

After studying a number of novel metaphorical expressions in their context of utterance, we have reached the following conclusions: In polemic discourse, where argumentative functions of metaphor are in the foreground, the open and transparent use of creative metaphor interferes with the likelihood of these expressions' conventionalization. Hidden controversy, on the other hand, is powerfully associated with the ideological function in discourse. We believe there are two reasons for this. First, creative metaphorical expressions that are used argumentatively tend to have significant functional and structural complexity. For this reason, they require huge processing effort, which keeps them cognitively alive and activated. They may or may not convince their target audience, and their net ideological effects are low, at least at the very beginning. Conventionality provides an ideological advantage in the use of conceptualizing metaphors and metonymies.

Secondly, the social factors of meaning negotiation, as well as the role of media power (financial, access and influence) in the struggle to impose conceptualizations in the social sphere, constitute important constraints for the conventionalization of controversial concepts. Social factors make it nearly impossible to predict which metaphors or conceptualizations will prevail, or even if they will do so to the exclusion of competing concepts. For the time being, we believe our study supports the hypothesis of parallel fossilization, and each variant will lexicalize the political connotation that characterizes its origin: they will each become a *shibboleth* that gives away the speaker's ideological posture, and his or her opinion of the target audience. But, as suggested by Croft (2000), more complex social theories

and methods are required to model precisely how conceptual meanings are propagated—they are, after all, fragments of *ideas*. A further development of theories of language change may incorporate social theories of memetic propagation, which can follow evolutionary or epidemic (Sperber, 1996) patterns, or sociolinguistic modelling of speech communities as social networks (Milroy, 2003).

When propagation depends on media access, media actors may control the possibilities of language change and the likelihood of new expressions becoming a part of the language, as we show happened in Chile in the 1970s and 1980s. Even nowadays, the growth and ubiquity of electronic and social media do not exempt free and traditional media—among them the press—from reflecting the diversity of public opinion. Nowadays, electronic media makes it easy for us to avoid others who think differently, and most citizens inhabit so-called *echo chambers* made up of Facebook, Twitter, Reddit, and other platforms, where contacts are filtered by affinity and they receive only the news that confirms their previously held beliefs. In this new scenario, traditional media, such as daily newspapers, remain the media most likely to reflect global discussions, as well as reaching a majority of the population that speaks a given language. Nevertheless, they still may function sometimes as mere replicators of novel terms that originated in social networks.

Lastly, an attempt to systematize the functions that can be served by metonymies and metaphors, creative and conventional, in language and in discourse, puts the debate about the essential or accessory nature of metaphor in a new perspective. This philosophical dichotomy must be discarded as useless in the light of the multiple functions that metaphors may have in language and communication. For speakers and their communicative goals, some metaphors are more crucial than others, and while clichés and unintentional mixed metaphors are clearly on the less essential end of the spectrum—and the stylistic metaphors we have discussed in this study may indeed appear very optional—all may possess relevant pragmatic and conceptual meanings.

A word is dead  
When it is said,  
Some say.  
I say it just  
Begins to live  
That day.

- Emily Dickinson





# Introducción

## Preguntas y objetivos del estudio

En la búsqueda de un marco conceptual ya construido para abordar la problemática de la convención y de la originalidad metafórica, cuyo estudio requiere tanto de perspectivas cognitivas como sociales, hemos descubierto que las herramientas de lingüística cognitiva para abarcar los fenómenos asociados a la convencionalización de metáforas —en especial desde la perspectiva onomasológica— son relativamente escasas. Asimismo encontramos muy poco material en lengua castellana que reflejara los avances más recientes del estudio de la metáfora conceptual, cada vez mejor articulados en estudios de habla inglesa y otras lenguas europeas, como el alemán y el holandés. Actualmente, el referente que domina el estudio hispanohablante de la metáfora conceptual en el discurso es una obra de más de 30 años de edad, que ha sido revisada, profundizada y, en muchos aspectos, también superada.

El objeto concreto de este estudio empírico ha experimentado cambios desde la primera formulación de su objetivo: una exploración del efecto de la creatividad lingüística (expresada en las metáforas) en el sistema de la lengua. Optamos, al final, por estudiar las metáforas creativas en el ámbito de la economía y la prensa económica. Este cambio tuvo dos motivos. El primero, a falta de un marco conceptual idóneo, la gran cantidad de estudios lingüísticos y sociológicos sobre el lenguaje económico, tanto metafórico como no, nos ofrecía un punto de partida sólido para reanalizar un dominio conceptual bien estudiado. Incluso, encontramos bastante material en castellano y referente a la lengua castellana en los estudios aplicados: ELE, traducción, terminología (un buen resumen de estos trabajos puede leerse en Herrera-Soler y White, 2012). El segundo motivo tuvo que ver con

la relativa disponibilidad de fuentes lingüísticas que sirvieran a nuestros propósitos. En el ámbito periodístico y económico es muy fácil conseguir grandes cantidades de material escrito con alta incidencia de metáforas, creativas, convencionales y todo lo que pueda estar entre medio. En otras palabras, elegimos la metáfora en el ámbito económico porque es fácil de observar, porque ya se ha intentado observar de muchas maneras distintas, y porque pensamos que habría algo interesante que aportar.

Hasta ahí la relevancia del presente trabajo para la investigación lingüística. Igualmente, no podemos dejar de mencionar que este tema parece atractivo por su relevancia social y política. Sin lugar a dudas, la economía es un área de especialidad técnica, pero es, al mismo tiempo, un tema de interés popular, cuyo lenguaje tiene una relevancia especial, casi constitutiva, para nuestra sociedad (que no tendría necesariamente, por ejemplo, el lenguaje culinario o deportivo). Hay buenos argumentos para sugerir, incluso, que el modelo de la economía y del mercado ha pasado a sustituir otras conceptualizaciones de la estructura social, de las relaciones entre individuos en sociedad, la vida política e incluso la moral (Marçal, 2016). Pero las crisis económicas de la última década han puesto en entredicho muchos de los supuestos que componían los discursos hegemónicos neoliberales y la doxa capitalista; de esta forma, el momento histórico constituye una situación extraordinaria donde, según Bourdieu, se hace patente y relevante el «poder constitutivo del lenguaje (político o religioso)» para establecer —y poner en cuestión— «los esquemas de percepción y pensamiento que sustentan las relaciones sociales de dominación» (Bourdieu, 2009, p.129). Frente a esta realidad, la *buena metáfora* —con ciertas características y condiciones lingüísticas de relevancia y adecuación, además de ciertas capacidades de evolucionar y sobrevivir a los procesos de cambio lingüístico— cuenta con posibilidades de aplicarse a la acción política, con aportes que puedan adaptarse en estrategias de resistencia discursiva, frente a marcos (*frames*) discursivos que predominen y contribuyan a perpetuar las relaciones desiguales de poder en la sociedad. Bajo la máxima formulada en Barthes (2008), que no exista «denuncia sin su instrumento fino de

análisis», un análisis del discurso político que pueda ofrecer guías para la acción con bases lingüísticas bien fundadas sería, sin duda, una contribución transdisciplinar a la sociología de la comunicación y la comunicación política. Nos gustaría mucho que el análisis que ofrecemos fuese recibido como un pequeño, pero sólido, paso indagatorio en esa dirección.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, el objetivo principal de este trabajo ha sido estudiar los procesos cognitivos, los productos conceptuales y las funciones discursivas de las metáforas creativas, entendidas estas últimas como una modalidad de creatividad en la lengua-en-uso con potencial de convencionalización en el sistema de la misma. Valiéndose de un análisis de expresiones metafóricas en contextos comunicativos y sociales definidos, este trabajo integra los aportes teóricos de la semántica cognitiva, la lexicología histórica y la pragmática para explicar los procesos mentales que, obedeciendo a las intenciones de los SP/W de cumplir con ciertas metas funcionales, generan enunciados creativos a partir de elementos convencionales. Estos enunciados resultan pertinentes al contexto y relevantes para la comunidad de AD/R, la cual, dadas ciertas condiciones, los repite e incorpora a su repertorio de expresiones, de manera tal que, con el tiempo, pasan a lexicalizarse. Para esto examinamos las relaciones entre creatividad y convencionalidad en el lenguaje en general y en el caso particular de la lengua castellana. En cuanto a la perspectiva fraseológica, hemos decidido omitir el estudio detallado de procesos específicos de construcción y nos hemos limitado a discutir las condiciones —contextuales e inherentes— que favorecen la convencionalización de construcciones innovadoras en unidades simbólicas.

Cuando se contempla el fenómeno de la creatividad en el uso de la lengua —por ejemplo en la literatura, pero en muchos otros géneros discursivos como la publicidad, la noticia, e incluso las recetas de cocina— se plantea al mismo tiempo la paradójica relación entre *stasis* y cambio que es inherente al sistema de cualquier lengua humana. Por un lado, buscamos expresar nuevas experiencias (o las antiguas de nuevas maneras) y articular pensamientos inéditos, perspectivas diferentes. En tanto pioneros de la ex-

perencia humana, nos imaginamos pioneros también del lenguaje. Pero no es evidente hasta qué punto la lengua nos permita realizar este tipo de acrobacias: la libertad creativa tiene un límite natural en la comunicabilidad de lo dicho. Normalmente nos comunicamos apoyados en convenciones inventadas de antemano y establecidas hace muchas épocas. Si no lo hacemos, corremos el riesgo de que los otros no nos entiendan. Las metáforas no son una excepción a esta regla: también existen las metáforas malas.<sup>1</sup>

No obstante, la convencionalidad en la lengua no niega la posibilidad de innovar. La lengua varía y cambia a lo largo del tiempo para acomodar las prácticas sociales y comunicativas de los hablantes. Se simplifican las redundancias en el nivel morfosintáctico o se intenta, mediante redundancias nuevas, *blindar* los enunciados contra el malentendido. Tal como en las leyes de un estado, en la lengua se codifican las relaciones establecidas entre personas con el entorno que los rodea; estas relaciones también pueden ser objeto de estudio lingüístico, a través de la sociolingüística y el análisis del discurso. Los cambios suelen ser tan sutiles que los hablantes no lo advierten hasta que ya han ocurrido; hasta que tienen la oportunidad de reflexionar sobre la diferencia entre el ayer y el hoy. Existe una creatividad *colectiva* que adapta el lenguaje a sus nuevas circunstancias, algo que los lingüistas han descrito tomando prestada una expresión metafórica de la economía: la *mano invisible* del cambio lingüístico (Keller, 1994). En estos procesos de cambio, formas y significados arraigados interactúan de maneras complejas con los elementos originales y dan lugar a expresiones que logran sus objetivos. Pero, al igual que la mano invisible del mercado, la del cambio lingüístico también admite procesos gatillados por las intenciones y acciones de los actores individuales.

<sup>1</sup> En este marco, cabe aclarar que el juicio sobre si una metáfora es buena o mala es *siempre* relevante a la hora de describir su efecto en el uso, pero deberá realizarse sobre la base de sus méritos discursivos. Una metáfora efímera, pero efectiva en su momento, resulta tan «buena» como una que logra ser relevante en muchos contextos distintos y se repite hasta arraigarse. Al otro extremo, las metáforas convencionales gastadas —o clichés, desaconsejados en manuales de estilo— pueden resultar también «malas» si comunican una falta de agudeza descriptiva en el SP/W. La clave está en su adecuación al contexto.

Aun así, como dice el refrán, *una golondrina no hace verano*, y la creatividad *individual* del visionario lingüístico es difícil de integrar a este modelo estructuralista. Parece lógico, pues, si bien el *lenguaje* es un fenómeno psíquico individual —aunque compartido por toda la especie— la *lengua* específica, con las convenciones que la componen, es un objeto de naturaleza social. La creatividad del individuo que habla no tiene que producir necesariamente un cambio en el código. Sin embargo, puede hacerlo, y existen buenos ejemplos de ello. ¿Cómo ocurren estos cambios? ¿Cómo logramos describir la creatividad del hablante en la lengua, desde el proceso que produce un enunciado creativo hasta que logra incorporarse al vocabulario de una lengua? De cierta forma, esta tentativa se parece a un acto de malabarismo con varios acercamientos paralelos. Sin embargo, consideramos que la lingüística cognitiva, que describe los procesos mentales, y la pragmática, que hace de su parte con la comunicación; el análisis crítico del discurso, que se ocupa de las variables sociales; y la lexicología diacrónica, que unifica las miradas, pueden integrarse en una mirada panorámica, pero coherente, del viaje de las metáforas creativas hasta el centro del sistema de la lengua.

## Contenido y secciones

La primera parte (I) de este trabajo se inicia con un breve resumen de los antecedentes históricos del estudio de la metáfora en las ciencias del lenguaje (sección 1), donde recorreremos los hitos filosóficos y lingüísticos en los estudios de la metáfora desde la antigüedad hasta mediados del siglo xx. Discutimos el aporte de la retórica clásica —en particular de Aristóteles— que delimita las funciones principales de la metáfora en el discurso argumentativo y el poético, pero también en el habla cotidiana. Luego revisamos la metáfora en la filosofía del lenguaje, disciplina relevante como base que fundamenta la perspectiva generativista del lenguaje, donde la metáfora se contempla, de forma muy restringida, como fenómeno pragmático sin contenido conceptual. Sin embargo, esta también hace un aporte crucial

al elaborar la dimensión comunicativa de la metáfora, desde la óptica de la comprensión por parte del lector u oyente y los procesos inferenciales involucrados en procesar enunciados metafóricos desconocidos. Tras esto, vemos como el *giro conceptual* de la lingüística en la década de 1980 rescata la metáfora de esta visión restringida y vuelve a poner sobre la mesa algunas de sus facetas *retóricas* y *funcionales*, al tiempo que aporta un marco teórico moderno, fundado en la psicología cognitiva, para dar cuenta de la estructura conceptual de las metáforas convencionales. En este marco destacan dos modelos muy influyentes, la Teoría de la metáfora conceptual de Lakoff y Johnson (2003) y el Modelo de integración conceptual de Fauconnier y Turner (2003). Para este último, aplicamos también una versión semiológica del Modelo de integración conceptual, en que Brandt y Brandt (2005) sitúan el proceso de integración, como proceso de significación, en un contexto situacional y epistémico. Esta aplicación funciona como un puente entre la dimensión conceptual y cognitiva de la metáfora/metonimia y los parámetros sociales y comunicativos que inciden en ella.

El giro conceptual y las herramientas que este acercamiento aporta a la disciplina han sido elaborados en los estudios que se presentan en la segunda sección de este trabajo, donde se tratan los acercamientos teóricos a la metáfora lingüística que se han desarrollado en lo que va del siglo XXI. Ellos se destacan por desagregar algunas nociones que han sido clave para analizar distintos atributos de la metáfora, significativamente la *convencionalidad* y *creatividad* en el lenguaje metafórico, así como la distinción entre metáfora como *producto* y como *proceso*, la innovación como fenómeno *individual* y *social*, y los niveles de la lengua (*conceptual/sistema* y *uso/comunicación/discurso*) (Müller, 2008; Steen, 2009) en los cuales pueden observarse las causas y los efectos de la metáfora creativa. Una parte importante del marco conceptual se dedica a poner en orden estas categorías teóricas y determinar las más adecuadas para el análisis lingüístico. Este análisis con métodos de lingüística cognitiva y pragmática se inserta, a su vez, en un marco conceptual general de enfoque social, donde los procesos y productos metafóricos se interpretan dentro de la situación comunicativa

y del contexto discursivo más general. Por esto, en la sección 3 analizamos las funciones que puede cumplir la metáfora creativa en general y en el discurso económico, así como las intersecciones que pueden observarse entre *función*, *cognición*, *convención* y *cambio*. Este análisis, que explica los procesos de cognición personal y social (Van Dijk, 2001; Geeraerts, 2002; Goatly, 2011; Skorczynska y Deignan, 2006) asociados con el lenguaje creativo, enlaza con el análisis crítico del discurso sobre economía en la prensa chilena y española que realizamos en las secciones finales.

En la sección 4 nos referimos más detalladamente a la *convencionalidad*, *innovación* y la dimensión social del *cambio* lingüístico desde la perspectiva lexicológica. Como toda innovación en la lengua, cuando la creación metafórica individual se generaliza, la forma comienza a fijarse y el significado a volverse más esquemático, la expresión deviene colocación frecuente y puede llegar a hacerse parte del sistema de la lengua. Aquí revisamos el Modelo de cambio semántico de Croft (2000) y la Teoría pragmática del cambio lingüístico de Traugott y Dasher (2005), que pone la subjetivación e intersubjetivación en el centro del modelo, como las fuerzas que empujan los procesos de cambio. Estos modelos pueden integrar otras categorías que la lingüística cognitiva y la pragmática aportan al análisis de las metáforas creativas en el discurso, las cuales se discuten también en esta sección. Aquí, colocamos bajo el prisma diacrónico una gran cantidad de parámetros de metaforicidad en el uso (tipo de procesamiento, lexicalización, frecuencia, subjetividad e intersubjetividad, funciones, saliencia onomasiológica y semasiológica). Los ordenamos sobre el eje continuo de la convencionalidad y novedad para hacer transparente que juntos forman un cuadro compuesto de perspectivas y factores de influencia para iluminar la creatividad metafórica a partir de tipos distintos de pruebas empíricas.

La segunda parte (II) detalla la metodología del trabajo. Junto con aplicar explícitamente un modelo pragmalexicológico y cognitivo, que incorpora la pragmática como factor de origen del significado metafórico, hemos optado por realizar un análisis (crítico) de corpus escrito para comprobar los productos y efectos de los procesos cognitivos que dan origen al len-



guaje figurativo. En la sección 5 se exponen los métodos de identificación de metáforas conceptuales a partir de expresiones metafóricas concretas y explicamos qué criterios se utilizaron para asignar las expresiones metafóricas del texto a una metáfora conceptual determinada. Luego, en la sección 6 explicamos los criterios de selección de las fuentes para el corpus de artículos de prensa sobre economía, que en términos genéricos y de discurso se sitúa justo en la intersección del discurso político y el discurso mediático. En la sección 7 detallamos cómo esta construcción de corpus se llevó a cabo con la ayuda de *software* especializado. Las secciones 8 y 9 describen las heurísticas que facilitan la búsqueda de metáforas creativas en el corpus, así como nuestra lógica de codificación (*annotation*) de los resultados, que agrupa las expresiones metafóricas en distintas categorías conceptuales (semánticas) según el dominio fuente —medicina, religión, cocina, etc.— así como los fenómenos cognitivos que se manifiestan en ellas.

Estos fenómenos son el principal objeto de análisis lingüístico y conforman una parte importante de la tercera parte (III) de este trabajo, que divide el análisis de las expresiones metafóricas creativas en tres secciones: 1) metáforas convencionales y su estructura conceptual (sección 10), 2) los procesos y fenómenos cognitivos individuales (sección 11), y 3) el análisis funcional/discursivo dentro de su contexto de uso (sección 12). La primera de estas expone la base metafórica convencional del discurso económico, la cual pone a disposición de los hablantes una fuente esencial de formas y contenido arraigado para replicar, alterar e interpretar en la comunicación. En esta sección, el foco está en el espectro más convencional de los resultados de las búsquedas, de los cuales presentamos algunos ejemplos ordenados por el dominio fuente de las expresiones. Aunque gran parte de las metáforas conceptuales que encontramos en el corpus en castellano refleja la convencionalidad registrada en otras lenguas, así como la de otros estudios en castellano, también hay expresiones cuya convencionalidad parece ser específica a la comunidad de hablantes. En la sección 10.4 presentamos además un esbozo de modelo onomasiológico para la metáfora

conceptual que emplea el concepto de *categoría prototípica* (Geeraerts, 1997; Grondelaers y Geeraerts, 2003; Geeraerts, 2002) para describir las diferencias de metafóricidad entre expresiones conceptualmente asociadas.

La sección 11 detalla los procesos creativos individuales que dan origen a las expresiones metafóricas y metonímicas nuevas, en los cuales el contenido conceptual convencional se mezcla con otros contenidos nuevos. El modelo de integración conceptual de Fauconnier y Turner (2003) y el de Brandt y Brandt (2005) se aplican a la descripción de los procesos cognitivos, con algunas variaciones que aportan mayor granularidad al análisis: destacamos que existen en la integración conceptual procesos metonímicos y metafóricos de menor escala que dan lugar a expresiones: productos que se interpretan o bien como metáfora, o bien como metonimia. Dos de estos, denominados *interfaces* —doble y genérica— se elaboran con ejemplos y representaciones gráficas.

La sección 12 se enfoca en las funciones que cumplen las metáforas en el discurso del que participan, con especial atención a las metáforas creativas con intención contestataria, subversiva o contraideológica. Como es indispensable el contexto discursivo para comprender las inferencias invitadas por las metáforas en estudio, ofrecemos un resumen breve del contexto social de las comunidades de hablantes que estudiamos (Chile y España), incluidos algunos antecedentes históricos. Luego de este contexto, pasamos a analizar ejemplos de uso creativo y deliberado de las metáforas, las funciones que cumplen y los significados que transmiten. Finalmente, se integran y analizan los factores semióticos (sociales, pragmáticos, formales y estructurales) que condicionan la convencionalización de las creaciones metafóricas.



**Parte I**

**Marco conceptual**



# 1 La metáfora histórica

Uno de los pasajes más frecuentemente citados del *Curso de lingüística general* de Saussure se refiere a la complejidad del lenguaje como objeto de estudio:

Tomado en su conjunto, el lenguaje es multiforme y heteróclito; a caballo en diferentes dominios, a la vez físico, fisiológico y psíquico, pertenece además al dominio individual y al dominio social; no se deja clasificar en ninguna de las categorías de los hechos humanos, porque no se sabe cómo desembrollar su unidad. (de Saussure y Alonso, 1991, p. 74–75)<sup>1</sup>

No hay escasez de fenómenos lingüísticos que desafíen clasificaciones fáciles, pero la metáfora, que se balancea entre lo convencional y lo creativo, es una manifestación emblemática de lo heteróclito del lenguaje. Su desembrollo pone de relieve las dificultades. Exponerlas significa lidiar con una tradición extensa de estudios en torno a ella, una tradición llena de matices, que cubre varios siglos y aproximaciones diferentes: la definición de lo que son las metáforas y los modelos que se han empleado en el análisis, el valor que se les otorga dentro de la lengua, el lenguaje y la comunicación y las estructuras que las expresan, entre otros.

Este trabajo pone la metáfora creativa en el centro, esencialmente contemplada desde la perspectiva del uso, y se enfoca en dos aspectos principales: 1) los procesos cognitivos y las variables funcionales que participan en la innovación metafórica, y 2) la trayectoria diacrónica de la metáfora innovadora como vehículo del cambio lingüístico. Recurrimos para ello a las teorías y los métodos de la semántica cognitiva. El presente apartado se referirá a las concepciones distintas de lenguaje, con algunas posturas

<sup>1</sup> Por lo que se refiere a la bibliografía de este trabajo, donde nos haya sido posible citamos traducciones publicadas de las obras respectivas. En esos casos, citamos la obra en su edición traducida y agregamos a la referencia el nombre del traductor. A falta de estas, ofrecemos una traducción propia. En casos puntuales dejamos que el lector disfrute de la excelente cita original, sin mediación del traductor.

epistemológicas opuestas, que posicionan la metáfora, el lenguaje y el ser humano como ser lingüístico y de conocimientos en marcos filosóficos muy diferentes.

El giro cognitivo de los años ochenta introdujo un quiebre en los estudios de la lingüística, liderado por un grupo de autores que, insatisfechos con los acercamientos formales que se habían popularizado durante las décadas anteriores, fundó escuela propia (Evans y Green, 2011, p. 3). La primacía de la sintaxis en la lingüística del siglo xx puso la metáfora, al igual que otros fenómenos del significado convencional que se resisten a ser formalizados, en los márgenes de las ciencias del lenguaje. Desde mucho antes de Chomsky, tradicionalmente, la metáfora había sido estudiada dentro de la retórica, principalmente (aunque no exclusivamente) como un efecto especial en el uso del lenguaje. Además, la filosofía y la lexicología histórica, disciplinas que se mantuvieron vigentes en Europa continental, independientemente de los aportes formalistas y generativistas del mundo anglosajón que dominaron rápidamente la disciplina lingüística, se dedican durante el siglo xx a elaborar la metáfora en el marco más general de la semántica léxica (Geeraerts, 2010).

Pasados los años ochenta, la lexicología histórica establece un necesario contrapunto crítico entre las propuestas cognitivistas (principalmente las de Lakoff, un investigador norteamericano discípulo- disidente de Chomsky y más alejado de las tradiciones europeas en su origen) y las tradiciones sobre la metáfora y metonimia. Con un enfoque diacrónico que puede acercarse a los fenómenos de forma dinámica y, además, proporcionar una visión global informada desde varias perspectivas, Geeraerts (2002, 2010) destaca una contribución de la semántica preestructuralista que enriquece el instrumental teórico de la lexicología cognitiva con descripciones de mecanismos de cambio semántico, tanto semasiológico como onomasiológico (Blank, 1997, p. 71; Geeraerts, 2002, p. 5–6). A saber, como recurso de análisis metalingüístico, la metáfora ha desempeñado una función crucial en la lexicología y lexicografía histórica del siglo xix; junto a otros fenómenos semánticos que denominan desplazamientos de signifi-

cado, tales como la metonimia, especificación y generalización semántica, ha sido clave para conceptualizar los modos de cambio semasiológico (Geeraerts, 2010, p. 26). Esto, en contraste con el enfoque sistémico, sincrónico (y estático) de la lingüística estructural que se desarrolla posteriormente. Como veremos en este trabajo, la lingüística cognitiva ofrece marcos conceptuales sólidos para estudiar el cambio lingüístico, modelos que son capaces de explicitar los procesos de cambio semántico, de ambos tipos, que tienen distintas magnitudes y ocurren en muchos niveles distintos.

### 1.1. Tradiciones en el estudio de la metáfora

Un estudio detallado de la historia del término *metáfora* se encuentra en el trabajo de Lieb (1996) y se revisa extensamente en el de Müller (2008), un trabajo que además pone en diálogo el trabajo de otros autores de habla alemana y la tradición clásica con el desarrollo de la concepción moderna de metáfora hasta la actualidad. Para la tradición anglosajona, remitimos a Moreno Lara (2008), que aporta una revisión teórica de la metáfora, también desde la herencia grecorromana, pero siguiendo la línea de los autores angloparlantes hasta el último cuarto del siglo xx. Tras Lakoff, este tipo de estudios comparativos, que rescatan el desarrollo histórico del estudio de la metáfora, ofrecen un trabajo importante de contextualización para la CMT. Pues, aunque el resurgimiento del acercamiento cognitivo en los últimos treinta años se justifica en parte por la originalidad y la profundidad de su alcance analítico, no aporta una antítesis *total* frente a los acercamientos previos, a pesar de sus propias afirmaciones, sino que en gran parte sintetiza las concepciones generadas en varios cientos de años de tradición en un marco conceptual modificado. En este sentido, el éxito de esta teoría se explica más como una reacción al desamparo de la semántica por parte de los enfoques lingüísticos formales y estructurales que predominaron en el siglo xx, que como un aporte totalmente nuevo.

El trabajo de Lieb (1964, 1996) hace una revisión del término histórico *metáfora*, de casi dos mil años de historia (Lieb, 1996, p. 394). Es una labor



profunda de revisión y clasificación de las diferentes definiciones de metáfora, en que Lieb concluye ofreciendo una serie de distinciones. Existen así, por un lado, definiciones amplias y estrechas de la metáfora, siendo *amplias* las que pueden designar cualquier tropo y *estrechas* solamente las que emergen de una relación por analogía. Por otro lado, distingue entre definiciones *atributivas*, cuya extensión abarca un grupo de elementos con alguna similitud expresada en la intensión, y *relacionales*, cuya extensión comprende un grupo de pares unidos por una relación funcional. El trabajo de Müller (2008, p. 118ff.) resume los cuatro rasgos principales del concepto histórico de metáfora colegido por Lieb (1964): a) existe un signo lingüístico (es decir, abstracto) que se convierte mediante el uso en un signo materializado (oral o escrito); b) este signo se relaciona con dos conjuntos de entidades no lingüísticas (conceptos, significados, cosas); c) entre los cuales existe una relación de «uso poco común» o de transferencia; y d) el signo lingüístico denota el segundo conjunto de entidades y no el primero. Como ejemplos, Lieb propone,

(1) Eres el rayo de sol de mi vida.

(2) Este hombre es un león.

En estos ejemplos, *rayo de sol* y *león*, corresponden a los conjuntos 1 = (rayo de sol y amor) y 2 = (león, el animal y un héroe), respectivamente. El rayo de sol se utiliza para denotar el amor; el león para denotar al héroe. El signo se utiliza para denominar el segundo elemento de b) y no el primero (Müller, 2008, p. 123). Lieb reconoce que todas las definiciones de metáfora pueden reducirse, finalmente, a la que Aristóteles propone para μεταφορά, que también Díaz Tejera (1991, p. 110) reconoce como «englobante o, como sin duda diría el filósofo, genérica»,

[L]a aplicación de una palabra a un referente cuando propiamente aquélla corresponde a otro distinto: esta transferencia se produce ya del género a la especie, ya de la especie al género, ya de la especie a otra especie. (Aristóteles, Poética 21, 1457 b 7–5, citado en Díaz Tejera, 1991, p. 104)

Visto así, una definición genérica puede comprender en una categoría los diversos tropos o figuras semánticas y agregar condiciones adicionales que pueden hacer más específica la definición base genérica. Así, por ejemplo, se puede añadir una relación de analogía, sustitución o comparación elíptica (Müller, 2008, p. 123) entre los conceptos aludidos.

Existe desde la antigüedad, para otros tipos de sentido traslaticio, la noción de *tropos*, que incluye otros tantos conceptos como *metonimia*, *sinécdoque*, *hipérbole*, *oxímoron* e incluso *ironía* (Deignan, 1999; Lieb, 1996; Müller, 2008; Weinrich, 1996; Haverkamp, 1996). De un tiempo a esta parte, también en los estudios cognitivos se ha establecido el designar como *metáfora*, en un sentido amplio, todo lo que pueda recogerse bajo el alero de lo traslaticio en el sentido original de *transferencia* de un término a otro significado, independientemente del tipo de relación semántica que se establezca entre ambos —comparación, sustitución, contigüidad o incluso el sentido irónico—. Por ejemplo, a falta de una relación analógica entre ambos conjuntos de entidades, se puede hablar de metonimia si la relación es de contigüidad y de ironía, si es de contradicción. La lingüística cognitiva hoy suele utilizar el término *metáfora* en este sentido, como hiperónimo; este trabajo adhiere también a esta concepción de *metáfora* como definición base. Por tanto, se ha buscado que el contexto resuelva la ambigüedad cuando se esté hablando de la *metáfora* en el sentido más estricto (ver 1.3.4 para una discusión sobre distinciones entre tropos, la *metáfora* y la *metonimia*, especialmente).

Aristóteles y la retórica antigua también abordan la *metáfora* como una imagen que funciona para estructurar el pensamiento: para conceptualizar (Deignan, 2005; Díaz Tejera, 1991; Mahon, 1999). Si se compara la *Poética* y la *Retórica* de Aristóteles, se ve que también este filósofo cultivaba opiniones discrepantes respecto de esta pregunta; le asignaba en la *Poética* un rol central, en la *Retórica*, un rol periférico, pues en ésta lo principal son los argumentos y se debe cuidar de caer en «el tono poético» (cfr. Díaz Tejera, 1991, p. 108). Aunque ambas obras enfocan diferentes aspectos de la *metáfora* (en la *Poética*, la que cumple en la poesía y la épica; en

la *Retórica*, dentro del discurso argumentativo), así como distintos tipos de metáforas, los estudios de estas obras coinciden en que Aristóteles le reconoce claramente una variedad de funciones en el discurso (Mahon, 1999; Moreno Lara, 2008).

El carácter ubicuo de la metáfora también se encuentra tematizado en la retórica clásica latina. Quintiliano, en las *Instituciones oratorias*, reconoce la metáfora como *tropo translaticio* que está presente en el habla cotidiana:

Comencemos, pues, por la metáfora, esto es, traslación, que entre todos [los tropos] es el más hermoso y frecuente. Es tan natural, que lo usan hasta los ignorantes sin advertirlo, y tan gustoso, que da mayor luz a la oración ya por sí clara. (vii, iv, 28–29)

Más tarde en el siglo XVIII, Chesneau Du Marsais (1730) expresa su acuerdo afirmando que, cuando se trata de metáforas y figuras retóricas, «pueden encontrarse más de ellas en un solo día de feria que en cuatro días seguidos de coloquios académicos» (citado en Geeraerts, 2010, p. 7). Así, la existencia de una *metáfora cotidiana*, que no siempre funciona como un adorno, se revela como algo evidente también para la retórica latina. Además se identifica un cierto tipo de metáforas necesarias, que son utilizadas para «cerrar» huecos léxicos en la lengua, que generan términos nuevos para significados intensionales o extensionales preexistentes, que se denominan *catacrexis* (Blank, 1997; Ricoeur, 2004). Estas expresiones se distinguen por no poseer sinónimos con un sentido literal, tales como «*pata de mesa*», o «*corazón de la alcachofa*» (Brandt, 2004). También, por su utilidad para la lengua en-tanto-herramienta, pueden encontrarse en todos los dominios discursivos y no exclusivamente en el discurso literario.

Es decir, cursaba la opinión de que la metáfora desempeña un rol, a veces esencial, pero siempre presente en el lenguaje. Lejos de la impresión que nos produce una lectura de *Metaphors We Live By* (Lakoff y Johnson, 2003), esta opinión no es de por sí novedosa. Pero desde una perspectiva de la filosofía del lenguaje, a esta dicotomía subyace una pregunta muy actual: ¿son las metáforas elementos accesorios o son construcciones semánticas esenciales? En lo que concierne a las metáforas económicas, en la tercera

parte de este trabajo veremos que varios autores buscan distinguir entre ambos enfoques, que no se consideran excluyentes desde este punto de vista, ya que involucran distintos criterios funcionales y factores del discurso.

En el siguiente apartado veremos cómo algunos exponentes de la filosofía del lenguaje corriente del siglo xx intentan responder a la pregunta. A pesar de sus diferencias, estas corrientes también aportan herramientas importantes para la semántica y pragmática cognitiva.

## 1.2. La filosofía del lenguaje corriente y la pragmática

¿Qué es entonces la verdad? Una hueste en movimiento de metáforas, metonimias, antropomorfismos, en resumidas cuentas, una suma de relaciones humanas que han sido realizadas, extrapoladas y adornadas poética y retóricamente y que, después de un prolongado uso, un pueblo considera firmes, canónicas y vinculantes; las verdades son ilusiones de las que se ha olvidado que lo son; metáforas que se han vuelto gastadas y sin fuerza sensible, monedas que han perdido su troquelado y no son ahora ya consideradas como monedas, sino como metal. (Nietzsche y Sánchez Pascual, 2015, p. 8)

El *mainstream* lingüístico de principios del siglo xx, con el acento puesto en aspectos convencionales y estructurales de la lengua, mostró un interés más bien menor en la metáfora, reduciéndola al dominio de lo literario o bien, cuando se reconocía su aplicación al lenguaje cotidiano, al ámbito de los estudios pragmáticos. En este contexto, la Teoría de la metáfora conceptual (CMT) de Lakoff y Johnson emergió como la precursora de modelos que lograron describir el significado natural de enunciados figurativos, más allá de la retórica o el diccionario.

### 1.2.1. Lakoff contra Davidson

No solamente la lingüística generativa y Aristóteles funcionan como contrapuntos argumentativos para la CMT y Lakoff. En la tradición de la epistemología objetivista, las consideraciones lógico-semánticas del significado expuestas por el filósofo Donald Davidson en *What metaphors mean* (David-

son, 1978) han resultado influyentes como punto de referencia y contraste teórico para la lingüística cognitiva.

Davidson argumenta contra la noción de un significado semántico convencional de la metáfora: «Lo que distingue a la metáfora no es el significado sino el uso. [...] Lo que yo niego es que la metáfora haga su trabajo por medio de un significado especial o contenido cognitivo específico» (Davidson, 1978, p. 43–46). La metáfora constituye poco más que un efecto contextual, que proviene de la interpretación que el receptor asigna un enunciado *en sí* falso, por lo menos en términos lógico-semánticos. Cuando un famoso crítico dice que «Tolstoy ‘es un gran infante que moraliza’», se trata de un enunciado semánticamente falso, pues Tolstoy es un adulto, no un niño de seis años o menos. Si se llegara a aceptar que *infante* califica correctamente a Tolstoy, en virtud de un supuesto significado extendido, entonces «no hay diferencia entre una metáfora y la introducción de un nuevo término a nuestro vocabulario: hacer una metáfora es matarla al mismo tiempo» (Davidson, 1978, p. 34). Como para el objetivista es necesario mantener esta distinción entre metáfora y lengua natural, se acude a una noción de *metáfora típica*, cuya cualidad se pierde cuando se utiliza como referencia convencional:

La mayor parte de lo que se considera interesante acerca de la metáfora se pierde. [...] No hay similitud que deba ser buscada, porque se trata simplemente de referirse a otra cosa con la misma palabra. [...] La novedad tampoco es el problema. En el contexto, una palabra que se utiliza como metáfora una vez sigue siéndolo después de cien usos, mientras que una palabra fácilmente puede apreciarse en una función literal nueva a primera vista. Lo que llamamos el elemento novedoso o sorpresivo de la metáfora es un rasgo estético integral que podemos experimentar una y otra vez. (Davidson, 1978, p. 37–38)

Davidson destaca el carácter extraordinario de la metáfora como un efecto especial y la asigna al dominio de los estudios pragmáticos, fuera de la semántica vericondicional. Una de las tesis que se sostiene en el presente trabajo es, precisamente, que aunque sí existan diferencias, no hay una verdadera posición entre «una metáfora y la introducción de un nuevo término a nuestro vocabulario», que se trata de fases diacrónicas dentro de una con-

tinuidad, más o menos metafórica, más o menos arraigada o lexicalizada y polisémica (Brandt y Brandt, 2005).<sup>2</sup> En este contexto, cabe mencionar que otro filósofo del lenguaje, Ludwig Wittgenstein, desarrolla una noción de significado que busca incluir el contexto —como los patrones reconocibles dentro del contexto (o *forma de vida*) circundante al enunciado— en una concepción ampliada de *gramática*, un tipo de lógica que no es reducible a ninguna otra lógica formal (Biletzki y Matar, 2016; Cavell, 2002) y parece compatible con el aspecto enciclopédico del programa lingüístico cognitivista. Como veremos más adelante, las ideas de Wittgenstein influyeron en la obra de Lakoff y cumplen un rol importante en el desarrollo de las categorías radiales y la semántica de prototipos.

### 1.2.2. La pragmática lingüística

Esta sección expone los estudios pragmáticos de la metáfora, desarrollados por autores como Grice (1993), Sperber y Wilson (2001), Wilson y Carston (2006) y Goatly (2011) que también han hecho escuela dentro de las ciencias del lenguaje. En la corriente pragmática que se desprende de la lingüística generativa, Grice (1993) hace figurar la metáfora (junto a la ironía, la hipérbolo y la meiosis) en el marco del Principio de cooperación, como un caso especial de implicatura conversacional: el producto de una violación deliberada de la máxima de calidad, violación que lleva implícito un *significado del hablante*, dependiente del contexto. Al igual que Davidson, Grice sitúa el significado metafórico fuera del significado lingüístico: «*tú eres la crema de mi café*» involucra «característicamente una falsedad categórica», es decir, lo contrario de lo dicho es evidentemente verdad (ninguna persona puede ser, realmente, la crema en un café). Si no ha de interpretarse lo dicho como un sinsentido que viola la máxima de calidad, entonces el hablante debe

<sup>2</sup> En acuerdo parcial con Davidson, Goatly (2011) señala que, aunque la metáfora corriente, el foco de los estudios de Lakoff y Johnson, ha sido un aporte muy importante, considera que «es hora de establecer el balance demostrando que las metáforas prototípicas son innovadoras y ocurren en textos literarios y creativos» (Goatly, 2011, p. 154). Goatly va más allá y afirma que, como tales, no tendrán funciones meramente conceptuales o ideacionales, sino *también* contextuales.

estar intentando comunicar algo diferente. «La suposición más plausible es que el hablante esté atribuyendo a la audiencia algún rasgo o rasgos respecto de los cuales aquélla se asemeja a la substancia en cuestión» (Grice, 1993, p. 34). En cuanto a la metáfora en el sentido diacrónico, la pragmática es taxativa:

Diachronically speaking, metaphors do indeed initiate semantic changes, but to the extent that there has been a genuine change in meaning, so that a word or expression no longer means what it previously did, to precisely that extent the locution is no longer metaphorical. (Searle, 1999, p. 86)

No es extraño que Searle reconozca la metáfora como fenómeno diacrónico, pues hemos visto que esto estaba establecido en la lexicología histórica desde hace tiempo. Pero en el esquema binario de convencionalidad, esta perspectiva pragmática niega la posibilidad de que una expresión porte matices metafóricos más allá del momento en que fue creada e interpretada por primera vez.

Otra explicación pragmática desarrollada por Sperber y Wilson (2001) y Wilson y Carston (2006) está basada en la Teoría pragmática de la relevancia. Esta teoría ha sido más influyente que la de Grice por tener un fundamento cognitivo, más general que el criterio social de la cooperación, el cual puede variar culturalmente. Para las autoras, el objetivo de la pragmática de la metáfora se define así:

To explain how metaphor is understood, and in particular, how addressees construct an interpretation of the communicator's meaning when a word or other linguistic expression is used metaphorically. This is a special case of the more general pragmatic goal of explaining how addressees bridge the gap between the encoded linguistic meaning of an utterance and the speaker's meaning. (Wilson y Carston, 2006, p. 4)

Los puntos centrales de este acercamiento se agrupan en torno al significado de procesamiento, que es un efecto de la comunicación ostensivo inferencial, en la que ciertos «actos de comunicación ostensiva» (como enunciados verbales o manifestaciones no verbales) tienen lugar en un «contexto cognitivo mutuo». Estos se suponen «actos de relevancia óptima» que aportan un máximo de información con el mínimo posible de

esfuerzo cognitivo (Evans y Green, 2011, p. 464). El modelo pragmático toma el modelo de significado de la pragmática vericondicional y hereda del mismo una distinción taxativa entre conocimiento lingüístico y no lingüístico. Entonces, la teoría de la relevancia hace de la metáfora un fenómeno puramente inferencial (Wilson y Carston, 2006, p. 5) que no considera eventuales contenidos conceptuales de la metáfora, a diferencia del tratamiento cognitivista, para el cual son esenciales.

Aunque Davidson (citado más arriba) formula la negación del contenido conceptual de la metáfora de un modo que resuena incompatible con una visión cognitivista, vale la pena destacar que, tal y como la definen Wilson y Carston, la pragmática no insiste en esta negación ni la desarrolla mayormente, sino que se ocupa de explicar cómo se interpreta la metáfora: los fenómenos de comprensión y construcción de interpretaciones de las metáforas son la faceta sobre la cual se enfoca este tratamiento. Y como veremos más abajo, es posible formular una posición pragmática menos radicalmente inferencial con respecto a la metáfora. Si la diferencia solo es un problema de enfoque, será posible integrar un acercamiento pragmático a una concepción holística de la metáfora, que comprenda varios niveles distintos, entre ellos el nivel cognitivo-conceptual, que pueden resultar complementarios. Más adelante, en la sección 2, veremos que es esencial la aproximación pragmática para la onomasiología del cambio semántico (Geeraerts, 2002; Grondelaers y Geeraerts, 2003) y para las explicaciones que ponen el enfoque en fenómenos globales de cambio semántico y requieren de la perspectiva del uso (Croft, 2000; Traugott y Dasher, 2005). En particular, para el análisis en contexto, es útil la teoría de los actos de habla del filósofo John Austin (2009).

Una sola mirada hacia los límites de la perspectiva inferencial de la teoría pragmática de la metáfora puede ilustrar la necesidad de contar con acercamientos alternativos; esto se aprecia nítidamente al considerar algunos enunciados. Primero, una parte del significado que transportan no es ni *semántico* en el sentido literal estricto, ni tampoco estrictamente pragmático, sino que emerge gracias a conceptualizaciones convencionales que se



invocan en la comprensión. Segundo, aun siendo metáforas convencionales o lexicalizadas (supuestamente *muertas*) mantienen una metaforicidad latente:

- (3) El sentir soberanista está muy **arraigado** en buena parte de la población de Euskadi. (EP)
- (4) La selección de Löw, primera finalista, redime su escaso fútbol con un **golpe de suerte**. (EP)

*Arraigar*, en la primera acepción castellana significa ‘echar o criar raíces’ (Real Academia Española, 2014a). Está asociado al vocablo latino *RADICĀRE* y mantiene la transparencia en cuanto al origen, cuanto que *raigambr* remite también a un sentido concreto, el ‘conjunto de raíces de los vegetales, unidas y trabadas entre sí’. Pero en (3) no se está hablando de una planta, ni del órgano subterráneo de la misma, sino de un *sentimiento*, firmemente establecido entre la población del País Vasco. Es metafórico, pero a la vez convencional, pues remite a otra acepción conocida de *arraigar*, ‘establecer, fijar firmemente algo’ (ibid.). Por su parte, *golpe de suerte*, o *golpe de fortuna* es un fraseologismo frecuente en el castellano. El uso en (4) no implica que la suerte haya causado un movimiento físico en el equipo alemán, sino que se trata de ‘un suceso extraordinario, próspero o adverso, que sobreviene de repente’ (Real Academia Española, 2014e), es decir las circunstancias de su triunfo deportivo. En ambos ejemplos se trata de metáforas cuyo significado, por lo menos en gran parte, proviene una cierta historia lingüística, una tradición de uso que porta todavía ribetes metafóricos. Como veremos más adelante, Müller (2008) elabora este potencial de significado bajo el concepto de *transparencia*, que permite reactivar la metaforicidad histórica de una unidad léxica o fraseológica cuando esta se ha lexicalizado. Si podemos reconocer que la metáfora creativa se apoya en un contenido semántico, en parte conceptual y en parte pragmático, para generar inferencias nuevas (Bowdle y Gentner, 2005; Gentner y Bowdle, 2001; Traugott y Dasher, 2005), debe seguir que la pragmática como explicación única nos entrega un análisis incompleto del fenómeno.

Para distinguir entre distintos niveles de acción y de análisis de la metáfora, recientemente se han propuesto categorías que facilitan un estudio más diferenciado de la metáfora como *acto de habla* y *acción política (enunciado performativo* en el sentido de Austin (2009) y de Bourdieu (2009)) en el discurso público (metáfora en el discurso/la comunicación), adicionalmente a otros factores sistémicos (lengua/sistema) y de cognición (mente/sistema conceptual). Este tratamiento será objeto de análisis en los apartados siguientes, pues los acercamientos cognitivos que incorporan la dimensión pragmática en los procesos de comprensión de la metáfora —en particular los ya citados Brandt y Brandt (2005), Brandt (2004), Bowdle y Gentner (2005), Goatly (2007, 2011), Müller (2008)— y del cambio semántico —Grondelaers y Geeraerts (2003), Croft (2000) y Traugott y Dasher (2005)— ofrecen también modelos para explicar la génesis de expresiones originales en el uso contextualizado de metáforas relevantes.

La siguiente parte de este marco conceptual presenta una síntesis crítica del trabajo de Lakoff *et. al.*, que constituye la verdadera teoría estándar que sirve de contraste y referencia de discusión para los desarrollos teóricos posteriores. Exponemos a continuación de aquello las teorías cognitivas del cambio semántico y su relación con el lenguaje figurado, particularmente —pero no de modo excluyente— la metáfora.

### **1.3. El giro cognitivo en los estudios de la metáfora**

#### **1.3.1. La Teoría de la metáfora conceptual**

Se denomina *the cognitive turn* la tendencia iniciada en la década de 1970 hacia una concepción de la metáfora como un fenómeno cognitivo. «Un asunto del pensamiento» según Steen, una «inversión radical de la dependencia entre la lengua y la interpretación de la misma en términos de ideas». Alude a una tradición lingüística que ponía el enfoque en la metáfora en la lengua, que posteriormente se consideró como «secundaria» y «un derivado de la metáfora en la mente» (Steen, 2011, p. 3). Pocos años después de

la obra de Lakoff *et. al.*, queda declarado el nuevo lema de los estudios de la metáfora: «Metaphor as a logic of discovery rather than metaphor as textual decoration» (Henderson, 1986, p. 10). Antes de esto, como ya hemos visto, se trataba como un fenómeno retórico o, más relevantemente, como uno tan solo *lingüístico*.<sup>3</sup> La metáfora conceptual es un patrón reconocible de pensamiento, no solo el vehículo de su expresión.

Lakoff y Johnson argumentan que el pensamiento figurativo es inherente al ser humano en tanto especie, como consecuencia de la *corporeidad* o *corporealidad* (*embodiment*):<sup>4</sup> el hecho de que somos un cuerpo y que nuestras percepciones, y por lo tanto nuestros conceptos, toman la forma de este cuerpo, al ser este la puerta de entrada para nuestro conocimiento del mundo. Solamente vemos los colores, olemos los olores, oímos los sonidos y tocamos las texturas que nuestros sentidos están configurados para percibir y no, por ejemplo, el color ultravioleta o ciertos sonidos sobre los 2.000 Hz y bajo los 20 Hz de frecuencia. Asimismo, solamente podemos conceptualizar la realidad de maneras compatibles con la estructura de nuestro cerebro, de nuestra mente —que serían lo mismo—. Como el lenguaje tiene una naturaleza conceptual, esta *corporealidad* es la que determina la estructura de nuestra lengua. La *vista* determina la *visión*; nuestros ojos producen nuestra mirada.

La Teoría de la metáfora conceptual (también llamada CMT, por *Conceptual Metaphor Theory*) reconoce la existencia de metáforas esenciales para el pensamiento y para el lenguaje, que subyacen el uso retórico, poético o estilístico de la lengua y van más allá de la función decorativa en el discurso (Deignan, 2005; Lakoff y Johnson, 2003; Steen, 2013). Esta cotidianidad va asociada al estatus convencional de la metáfora en el sistema *conceptual* de los hablantes:

<sup>3</sup> Una interesante discusión sobre el origen de la noción de *metáfora en la mente* se encuentra en Müller (2008, p. 52ff.).

<sup>4</sup> Si bien el original inglés *embodiment* no es un neologismo, el compuesto *corporealidad* transmite tanto la idea de cuerpo como de que este es la llave/clave de acceso a nuestra realidad y, con ello, el código con el cual la interpretamos.

Lakoff's contemporary theory claimed that metaphor in thought is not deviant or rare, as was and probably still is the unquestioned assumption for the general public, but that metaphor in thought instead is highly conventional, ubiquitous and used in many quarters of experience. [...] There is hence a generally conceptual orientation to Lakoff's contemporary theory of metaphor: it focuses on thought, not language. (Steen, 2011, p. 3)

Concebida de esta manera, la convencionalidad del significado, ciertamente el significado mismo, se desplaza del sistema lingüístico al sistema conceptual. Así, la CMT propone un *modelo conceptual* para metáforas y metonimias que se funda sobre la base de estudios cognitivos y que busca iluminar los procesos mentales que permiten la producción, recepción y comunicación del significado metafórico. Los autores definen las metáforas como «asociaciones conceptuales entre diferentes dominios del sistema conceptual», principalmente patrones de pensamiento, cuya manifestación lingüística juega un papel secundario (Lakoff y Johnson, 2003, p. 123; Svanlund, 2007, p. 48). La metonimia, en tanto, consistiría en asociaciones conceptuales entre elementos del mismo dominio conceptual, motivadas por patrones de activación que obedecen a necesidades comunicativas y referenciales: en otras palabras, serían «rutas de acceso» a un dominio meta que utilizan el término fuente como «puerta de entrada» a la comprensión (Evans y Green, 2011, pp. 321–322). Pruebas empíricas para la existencia de estos patrones conceptuales, la metáfora y metonimia, se encontraría en la identificación de patrones léxicos de polisemia basada en metáforas, algo que puede comprobarse rastreando el contenido de los diccionarios generales más utilizados por la población hablante (Steen, 2011).

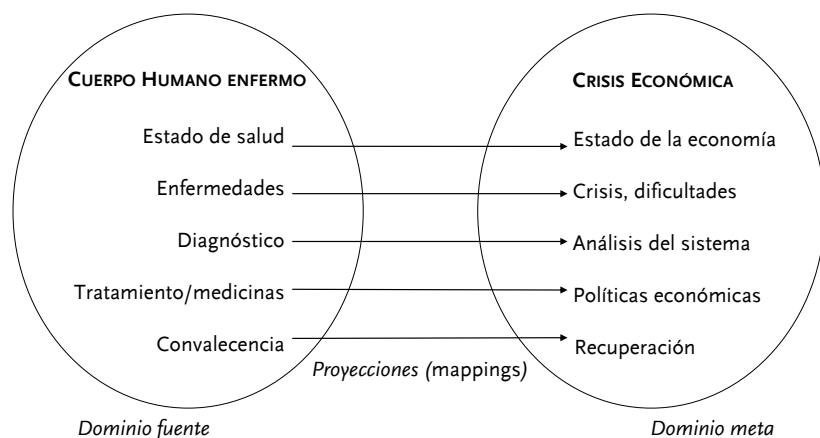
Un ejemplo clásico de metáfora conceptual es EL AMOR ES UN VIAJE. Se compone de asociaciones (*mappings*) entre los dominios (*domains*) AMOR y VIAJE, que pueden, a su vez, generar múltiples asociaciones entre elementos de los dominios respectivos. Así se conceptualiza la vida completa como un CAMINO, el final de una relación como una CALLE SIN SALIDA y las dificultades «*de a dos*» se vuelven OBSTÁCULOS EN EL CAMINO conjunto. Estas asociaciones están ancladas fuertemente en el sistema conceptual

de los hablantes —aunque solo de idiomas en los cuales se manifiesta— y aparecen en el uso como *expresiones metafóricas* o *metáforas lingüísticas* (*linguistic metaphors*), tales como «*Ahora es el momento en que nuestros caminos se separan*» (Lakoff, 2012, p. 44).

Además, Lakoff y Turner (1989) distinguen entre metáforas conceptuales como EL AMOR ES UN VIAJE, que dispone de una estructura conceptual completa con dos dominios de proyección y *metáforas-imagen* (*image metaphors*):

In addition to the metaphors that unconsciously and automatically organize our ordinary comprehension of the world by mapping concepts into other concepts, there are also more fleeting metaphors which involve not the mapping of concepts but rather the mapping of images. (Lakoff y Turner, 1989, p. 89)

El ejemplo ilustrado en el esquema de figura 1.1, del dominio de la economía, nos ayuda a visualizar la estructura elaborada del concepto metafórico. De modo esquemático, se representa la estructura conceptual junto con una posibilidad (potencial) de desarrollo de metáforas creativas a partir de



**Figura 1.1.** LA ECONOMÍA ES UN CUERPO ENFERMO (Silaški y Đurović, 2010).

nuevas asociaciones. La metáfora conceptual LA ECONOMÍA ES UN CUERPO ENFERMO puede deducirse a partir de una selección de expresiones meta-

fóricas inglesas impresas en el periódico *Financial Times* (FT). Cada asociación representada en el esquema se manifiesta en una o más expresiones metafóricas, como «[a]ll the literature or evidence on how to deal with a banking crisis shows you that first you need a **triage of the patients**» (FT, 10 de junio de 2009), «Dubai's recent economic **malaise** has spread to its smaller neighbor» (FT, 17 de noviembre de 2009, ambos citados en Silaški y Đurović, 2010, p. 134). Como veremos en el análisis de la sección III, también el corpus del presente trabajo contiene numerosas expresiones correspondientes a esta metáfora conceptual.

La metonimia conceptual, decíamos, se caracteriza porque la proyección se realiza entre elementos del dominio meta, o entre elementos y la categoría que los reúne. Respectivamente, estas dos variantes se representan (5) y (6):

- (5) En la hoguera ardían **Cervantes**, Molière, Shakespeare y tantos otros clásicos.
- (6) Necesitamos **sangre nueva** para revitalizar el espíritu de la empresa.

En la figura 1.2 se muestra gráficamente la relación que establece la expresión metonímica en (5) con el referente del enunciado. En este caso, la proyección se realiza hacia uno de los elementos que se abarcan en la categoría más general de CERVANTES, un ejemplar de su obra en particular que está siendo quemado en el momento de la enunciación (y no el hombre real, ni la obra que existe en muchos soportes), desde la categoría en su totalidad, que funciona como punto de acceso a la comprensión de lo dicho. A la derecha se grafica (6), donde la proyección metonímica se establece entre dos elementos de igual jerarquía en la categoría general: cuando se habla de *sangre nueva* se quiere decir nuevas personas, en específico, personas ejerciendo la función de trabajadores de empresa. Al igual que en la metáfora, está claro que no es lo mismo ni tiene el mismo efecto decir *sangre nueva* que referirse a los trabajadores desde los rasgos físicos (*necesitamos gente musculosa*), o desde los rasgos de personalidad (*necesitamos líderes nuevos*), ya que esa elección codifica información adicional sobre



**Figura 1.2.** Metonimia conceptual: *Ardía Cervantes* y *Sangre nueva* según Evans y Green (2011, p. 315–317).

el juicio subjetivo del hablante y es un ejemplo de puesta en relieve por medio de metonimia.

Estas representaciones gráficas de metáfora y metonimia corresponden al modelo temprano, más simple, de la CMT, una maqueta *estática* de la situación actual (sincrónica) de la lengua. Esta maqueta representa el significado figurativo de metáforas y metonimias con su anclaje convencional, cultural y cognitivo. La CMT no explica cómo ocurre la transición entre la metáfora creativa/original y su estatus convencional: solo describe su estructura conceptual. Según este modelo, para poder graficar la metáfora representada en la figura 1.1: LA ECONOMÍA ES UN CUERPO ENFERMO (p. 52), se debe abstraer una asociación cognitiva abstracta (*mapping*) de cada expresión metafórica concreta. Las expresiones metafóricas constituyen la base empírica del análisis conceptual; sin ellas no es posible demostrar el carácter cognitivo de las asociaciones. Por ejemplo, la asociación, LOS INTEGRANTES DEL GOBIERNO SON MÉDICOS existe, en teoría, como potencial, pero la manifestación lingüística de la misma todavía no se ha documentado.

Apenas un hablante produzca una expresión relevante, nos encontraremos frente a una instancia de innovación metafórica.

Otro aspecto fundamental del modelo de la CMT es que las metáforas conceptuales pueden interrelacionarse en la lengua, constituyendo *sistemas metafóricos* que son complejos, más complejos que las metáforas conceptuales que los construyen (Evans y Green, 2011, p. 294). Este análisis se complementa con el descubrimiento de las llamadas metáforas básicas, o primarias, más determinadas por la percepción que la cultura, además de más abstractas y esquemáticas. Los autores citan a Grady (1997), que describe las metáforas primarias como los «átomos» que componen las «moléculas» de las metáforas complejas, y elaboran:

Each primary metaphor has a minimal structure and arises naturally, automatically, and unconsciously through everyday experience by means of conflation, during which cross-domain associations are formed. (Lakoff y Turner, 1989, p. 51)

Un ejemplo de esto se ofrece en Lakoff (1993), la metáfora de estructura de eventos (*event structure metaphor*), que se compone de las metáforas primarias presentadas en la tabla 1.1, en p. 56 (adaptada de Evans y Green, 2011, p. 300).

Pueden entenderse estas metáforas primarias como los significados básicos que entrañan las metáforas complejas: los elementos figurativos que se presuponen para poder (re)construir el significado de la estructura. Si bien pueden existir diferencias culturales, las metáforas primarias tienden a ser estables en el tiempo y a estar bien representadas en diversas lenguas. Las metáforas y metonimias convencionales son «automáticas, no requieren de ningún esfuerzo y en general se han establecido como modos de pensamiento entre los miembros de una comunidad lingüística». El grado de convencionalización que una metáfora o metonimia tendrá en la lengua dependerá de «hasta qué punto se encuentre subyacente en una serie de expresiones cotidianas» (Lakoff y Turner, 1989, pp. 55–65).



	<b>ESTRUCTURA DEL EVENTO</b>	<b>EJEMPLO</b>
1	LOS ESTADOS SON LUGARES [ÁREAS CON LÍMITES ESPACIALES]	<i>Mi amigo Lucas está en problemas.</i>
2	EL CAMBIO ES MOVIMIENTO [DE UN LUGAR A OTRO]	<i>Las cosas iban de mal en peor.</i>
3	LAS CAUSAS SON FUERZAS	<i>Hubo un suceso que me obligó a recapacitar.</i>
4	LAS ACCIONES SON MOVIMIENTOS AUTOPROPULSADOS	<i>Su carrera avanzaba mientras su familia se deterioraba.</i>
5	LOS PROPÓSITOS SON DESTINOS	<i>Hemos llegado a los 30 mil millones de pesos recolectados en campaña.</i>
6	LOS MEDIOS SON CAMINOS [hacia los DESTINOS]	<i>La UDI ha tomado el camino difícil hacia la unidad.</i>
7	LAS DIFICULTADES SON IMPEDIMENTOS AL MOVIMIENTO	<i>Ha sido una carrera cuesta arriba, pero lo hemos logrado al fin.</i>
8	LOS EVENTOS SON OBJETOS EN MOVIMIENTO	<i>La alegría ya viene; se fue la juventud.</i>
9	LAS ACTIVIDADES CON PROPÓSITOS A LARGO PLAZO SON VIAJES	<i>Creemos que estas políticas públicas conducirán el país a una mayor equidad.</i>

**Tabla 1.1.** La metáfora de estructura de eventos (Evans y Green, 2011).

### 1.3.2. Críticas a la CMT

Se requiere precisar la distinción entre metáfora poética y creativa, y lograr una descripción más detallada de los mecanismos que subyacen la cualidad innovadora o convencional de la metáfora. Pues, ¿qué significa afirmar que una metáfora es innovadora? ¿Basta con que utilice un lenguaje novedoso? ¿Que no esté lexicalizada? ¿O es necesario que también aporte una conceptualización nueva? Es distinto afirmar que una metáfora original es un proceso novedoso de conceptualización, que decir que es un producto novedoso de *lengua*. Es distinta una innovación léxica a partir de conceptos preexistentes que una innovación propiamente onomasiológica. Puede que exista aquí en la CMT un sesgo conceptual que la deja sin considerar varios aspectos léxicos; aquí las expresiones figurativas concretas funcionan solo como prueba de la existencia de una metáfora o metonimia conceptual. Sin embargo, examinadas con atención, estas expresiones exhiben matices que apuntan a otros fenómenos y otras regularidades de interés lingüístico.

Por lo demás, el concepto de novedad es vago: ¿novedoso para quién? ¿Cuánto depende del receptor? ¿Cuánto del emisor? Existe el caso de metáforas muertas en una lengua particular que se traducen a otras, donde se reciben como innovaciones: hay estudiantes de inglés provenientes de China que hablan de «cebollines para referirse a los dedos de las mujeres» (Nacey, 2013); o noruegos que intercambian el uso de *cabeza* y *corazón*, en metonimias inglesas que expresan la noción de CONTENEDOR siguiendo patrones de uso noruego (Nacey, 2004, p. 4ff.). El paradigma cognitivista original, como lo presentamos arriba, tampoco es suficiente para abarcar toda la serie de preguntas sobre el rango de acción de la metáfora en la comunicación (Steen, 2011, p. 2) y se ha criticado la CMT por descuidar los factores sociales e históricos que producen metáforas únicas a una comunidad de hablantes (Siahaan, 2008; Stefanowitsch y Gries, 2006; Kövecses, 2007, cfr.). En efecto, el influyente trabajo de Lakoff desató una gran cantidad de estudios empíricos en lenguas y culturas concretas, algunos de los cuales demostraron la especificidad cultural de ciertas metáforas y notables

diferencias en la conceptualización de conceptos abstractos en las distintas lenguas (para el indonesio, Siahaan, 2008, en chino mandarín Yu, 2009). Las maneras que tienen la experiencia y las prácticas culturales de mediar entre cuerpo y percepción, por una parte, y conceptualización y lengua, por la otra, se han convertido desde entonces en objeto de estudio por parte de las ciencias sociales, los estudios culturales y la relativamente nueva escuela de la sociolingüística cognitiva.

Otro aspecto crucial del lenguaje figurado es el modo de procesamiento cognitivo, pues este difiere del modo de procesamiento de la lengua convencional. Los estudios empíricos provenientes de la psicolingüística y psicología del lenguaje indican con mucha claridad que las metáforas arraigadas (lexicalizadas o semilexicalizadas) son procesadas más rápidamente que las más nuevas. Esto contradice la hipótesis de Lakoff *et. al.* de que el uso de una expresión metafórica activa el dominio conceptual completo que le subyace. Al contrario, varios estudios (Bowdle y Gentner, 2005; Gentner y Bowdle, 2001; Gibbs, 1994) muestran que las metáforas convencionales «no requieren ningún tipo de esfuerzo por parte del receptor y son analizadas casi de forma inconsciente, automática», como sintetiza Núñez Cansado (2008, p. 109).

Un aspecto que también ha sido bien discutido en la bibliografía es la recepción crítica que Lakoff, Turner y Johnson realizan de la metáfora tradicional (especialmente Aristóteles, que se formula en 1.2), que hoy se considera insuficiente y algo imprecisa. En cuanto a la estaticidad del modelo de proyecciones sobre dominios, la propuesta alternativa de Fauconnier y Turner (2003) aporta un modelo dinámico de integración conceptual, mediante el cual se puede representar la metáfora conceptual teniendo en cuenta los procesos de integración y generación de significado que la producen. Este paso es esencial para posicionar la noción de metáfora conceptual en el marco de los estudios diacrónicos, lo cual se realiza en la sección 4. Otras críticas de corte teórico son, por ejemplo, la falta de precisión al definir las categorías de dominio y proyección (*mappings*), el tipo de relaciones de significado que establecen las proyecciones entre sí, o se establecen entre

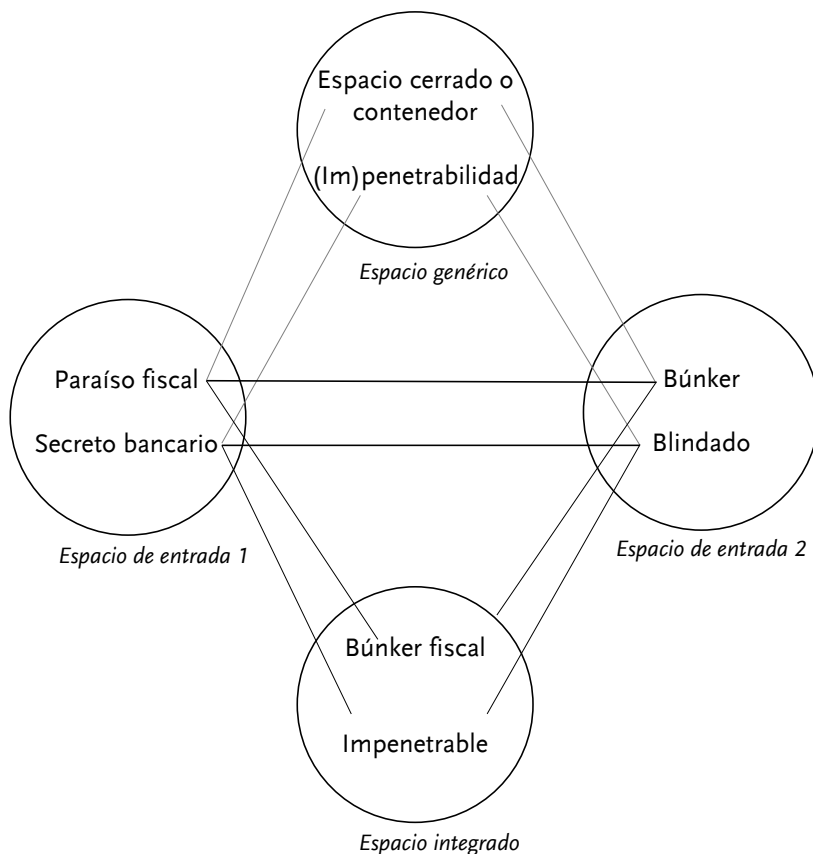
proyecciones y dominios. También queda por aclarar cómo interactúan la metáfora y la metonimia para establecer proyecciones, considerando las diferencias y similitudes relativas entre ambos fenómenos. Varios de estos aspectos se discuten en los apartados siguientes.

### **1.3.3. Turner y Fauconnier: espacios mentales e integración conceptual**

En términos generales, la CMT ha sido bien recibida, pues hace concreta la observación, hasta entonces difusa, de que existe una alta frecuencia de metáforas convencionales en el lenguaje común y corriente, con regularidades conceptuales atadas a formas determinadas, las cuales constituyen unidades simbólicas dentro del sistema de la lengua. Por otro lado, la manera en que esta teoría reduce la innovación metafórica a fenómenos de *extensión, elaboración, puesta en cuestión o composición* de metáforas conceptuales preexistentes (Lakoff y Turner, 1989) no parece agotar ni las posibilidades de creatividad que existen, ni las diferentes aristas del fenómeno. Debe ser posible, sin duda, que un hablante particular genere asociaciones conceptuales totalmente nuevas, pero el primer modelo de la CMT no explica ni da espacio para este tipo de procesos. Los trabajos de Turner, asociado con Fauconnier, ofrecen un esquema alternativo basado en los *espacios mentales* (Fauconnier y Turner, 2003) para modelar procesos cognitivos de composición de significado donde la materia prima de la metáfora creativa puede ser cualquier conceptualización, no solamente conceptualizaciones metafóricas o metonímicas.

Es importante subrayar que la integración conceptual se fundamenta en la noción psicocognitiva que distingue entre la creatividad como *producto* y como *proceso*. Al igual que Turner y Fauconnier, Arthur Koestler (1989) postula que la *bisociación*, es decir el proceso de asociación de dos o más conceptos, constituye la base de la creatividad humana. A partir de este dato, los autores desarrollan el modelo de *integración conceptual (conceptual blending)*, cuyos procesos pueden dar lugar a productos creativos, en este

caso metáforas y metonimias nuevas, entre otros tipos de significado lingüístico y no lingüístico. Los autores describen *redes de integración* que se forman a partir de los *procesos de integración*. En estos procesos participan dos espacios mentales que comparten contenidos. Los espacios elaboran (llenan de contenido) los elementos esquemáticos que proporciona el *espa-*



**Figura 1.3.** Integración conceptual de *Búnker fiscal*.

*cio genérico* e informan el tipo de integración que se realiza. En la figura 1.3 se proporciona un ejemplo de un proceso de integración conceptual, específicamente una red de alcance simple (*single-scope network*). En una

red como esta, solamente uno de los espacios aporta la estructura o marco (*frame*) del espacio integrado, mientras el otro espacio proporciona valores que actualizarán los roles genéricos definidos en la estructura (Evans y Green, 2011, p. 426). El contenido del espacio de entrada 1, la noción de *paraíso fiscal* y la *falta de transparencia* —o *secretismo*— del sistema, se integran dentro de la estructura proporcionada por el espacio de entrada 2, donde el sistema económico toma la forma de un búnker y la protección al secreto bancario se representa como el blindaje del búnker, que lo hace impenetrable. Se debe tener en cuenta que la selección sobre qué contenidos serán reclutados a los espacios depende del hablante y del juicio que este tenga acerca de la relevancia pragmática del enunciado, así como la relación entre el enunciado y el material genérico.

Cabe aclarar que, en este ejemplo, el contenido del primer espacio de entrada (el *paraíso fiscal*) corresponde a una metáfora convencional, con algo de transparencia, pero que es plenamente parte del sistema de la lengua castellana. No debe leerse como una metáfora, sino en el sentido lexicalizado de ‘país o territorio donde la ausencia o parvedad de impuestos y controles financieros aplicables a los extranjeros residentes constituye un eficaz incentivo para atraer capitales del exterior’ (Real Academia Española, 2014j).<sup>5</sup> Las abstracciones que conforman el espacio genérico filtran los espacios de entrada 1 y 2 (*input spaces*) y guían la selección de los contenidos que se integrarán para dar lugar al *espacio integrado*.

En este modelo, a diferencia de la CMT, la integración que da lugar a metáforas y metonimias obtiene el contenido desde *espacios*, no *dominios*. La diferencia clave está en que, mientras el dominio es una unidad convencional y culturalmente anclada de significados asociados, el espacio es una unidad temporal, construida provisionalmente a partir de un dominio establecido, específicamente para cada integración (Evans y Green, 2011). Este factor otorga flexibilidad y precisión a la representación del significado: no se requiere definir dominios *a priori* y el modelo contiene solo el

<sup>5</sup> El procesamiento del contenido convencional en un *blend* creativo se elabora en la tercera parte, sección 12.

contenido semántico (y pragmático) relevante para el hablante y lo que busca comunicar. (Revisaremos estas nociones con más detalle en el apartado que sigue.)

El esquema de la integración conceptual proporciona, además, una tipología de redes de integración, según la cual existen cuatro tipos de redes, cuya estructura final se construye con elementos de distinta procedencia. La figura 1.3 (p. 60) muestra uno de estos tipos, la red de alcance simple, donde ambos espacios contienen una estructura (*frame*) o esquema de roles particular, pero solamente una de estas estructuras se traspassa al espacio integrado. El otro espacio aporta los valores que actualizan los roles de la estructura heredada. La red de alcance doble (*double-scope network*) también contiene espacios con estructura particular a cada uno, pero en esta red ambos espacios se heredan y se incorporan el uno al otro. Un ejemplo de la red de alcance doble se elabora en la sección 12.3.1 con el ejemplo del «*calamar vampiro*», el cual ilustra con viveza el potencial creativo de esta estructura «altamente innovativa, que puede conducir a inferencias creativas» (Evans y Green, 2011, p. 429). Finalmente la red simétrica, o red espejo (*mirror network*), contiene espacios de entrada con una estructura idéntica para ambos, que se hereda sin problemas en el espacio integrado y se actualiza con valores de ambos (Evans y Green, 2011, pp. 426–431). Es pertinente aclarar que existe la posibilidad de crear nuevas redes de integración a partir de espacios integrados, es decir, a partir del resultado de otras redes de integración: las *redes múltiples* pueden concatenarse así de forma indefinida. Del mismo modo, si bien nuestros ejemplos contienen solamente un par de espacios de entrada, dos es el número mínimo. Como demuestra la figura 1.4, donde ilustramos una red múltiple con tres niveles, el espacio de entrada 3' procede de la integración de dos espacios previos: en teoría, el número de espacios de entrada es ilimitado; en la práctica, depende de la capacidad de memoria que posee el hablante.

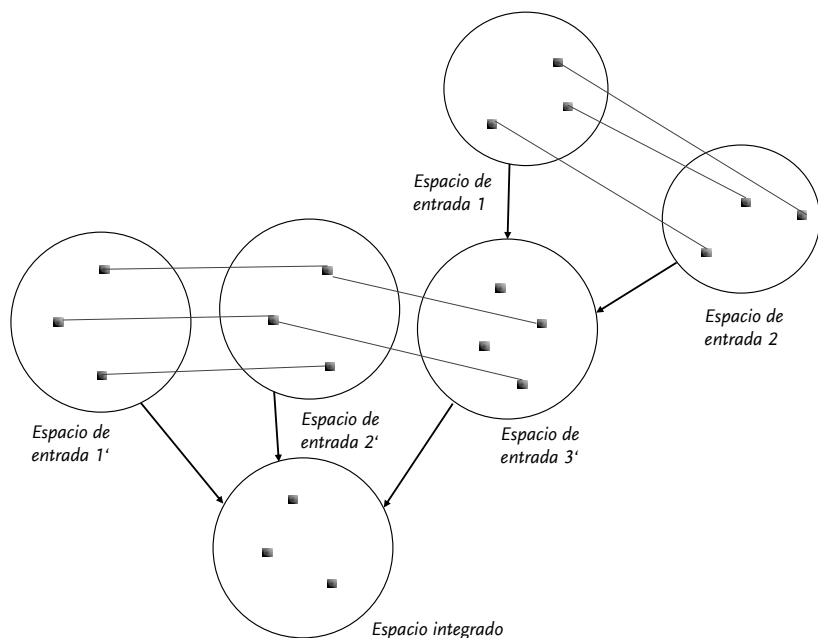


Figura 1.4. Integración conceptual con tres niveles (Evans y Green, 2011).

### 1.3.4. Integración conceptual y la perspectiva pragmática

La pragmática cumple un rol esencial en todos los procesos de construcción de significado —o conceptualización— y la integración conceptual no es la excepción. Por este motivo exploramos un modelo pragmático de la integración conceptual (Brandt, 2004; Brandt y Brandt, 2005). Este esquema destaca los aspectos pragmáticos de la conceptualización y representa el *espacio semiótico* —donde emergen los espacios de entrada (*fuerza y meta*)— con más detalle: se describen espacios adicionales con contenidos contextuales y discursivos que inciden en el proceso de significación (Brandt y Brandt, 2005, p. 225). Estos luego son *reclutados* (o *invitados*) durante la enunciación. Así, el significado figurativo que se produce en el proceso de significación se compone de cinco aspectos que, según los autores, deben incluirse en el modelo semiótico: 1) la comprensión de la oración como

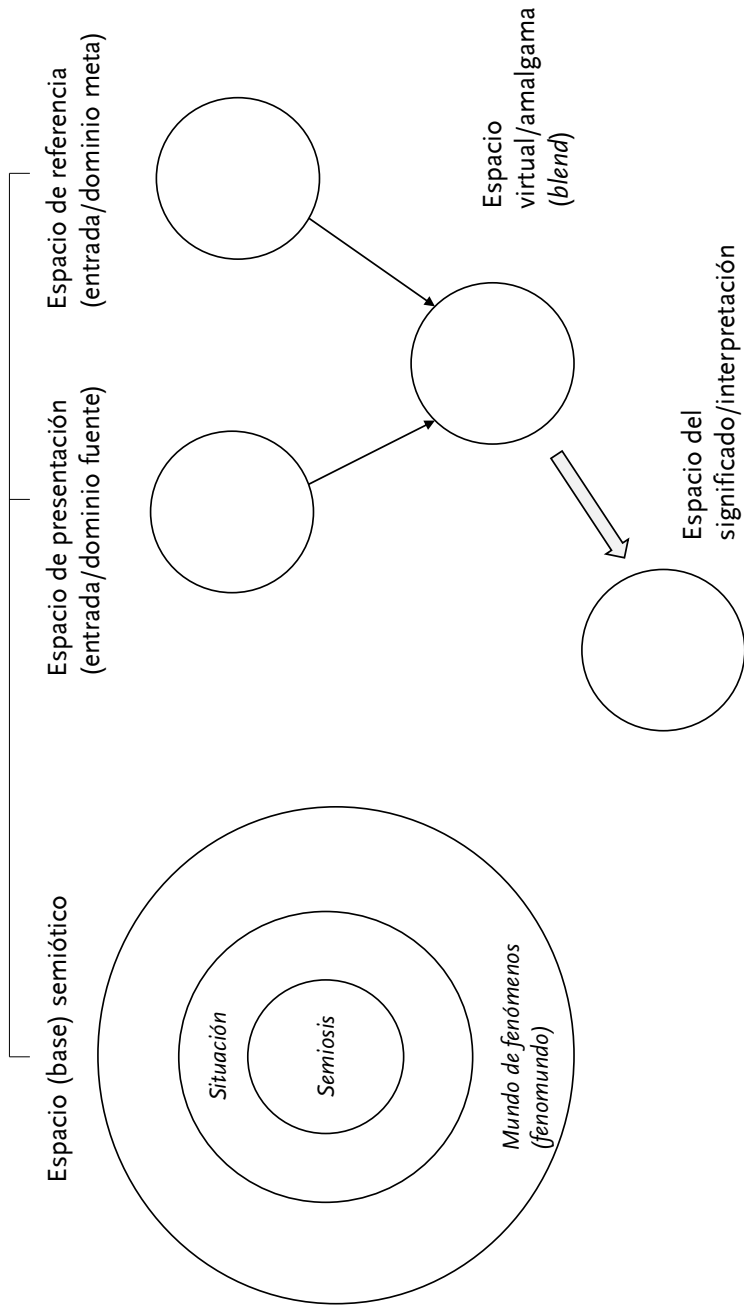


unidad morfosintáctica, 2) la aprehensión de su calidad figurativa (metafórica/metonímica: los espacios que se emplean para construir la amalgama son parte del significado), 3) la amalgama misma (el espacio integrado o *blend*), 4) el significado emergente o una evaluación del significado ostensivo y 5) las implicaciones pragmáticas en la situación comunicativa (Brandt y Brandt, 2005, p. 221).

La figura 1.5, de p. 65, ilustra los espacios que participan en el proceso de integración y procesamiento del significado de la amalgama. El acto de comunicación, la *semiosis*, se sitúa en un entorno particular, una *situación* particular en la cual se encuentran aspectos clave para la interpretación de lo que se comunica. El mundo de fenómenos, o *fenomundo*, es «el dominio de la experiencia subjetiva e intersubjetiva», todo y cualquier elemento *pensable* o «accesible al pensamiento humano» (Brandt y Brandt, 2005, p. 226). De esta forma, el modelo tiene la ventaja de integrar los aspectos discursivos y los aspectos conceptuales de la metáfora y la metonimia en una sola descripción. En la sección 3 de este capítulo abordamos los fenómenos y procesos pragmadiscursivos que emergen del espacio semiótico en el modelo recién descrito. Nótese que este modelo omite la representación del *espacio genérico*, que sí caracteriza el modelo original de Fauconnier y Turner (2003). Los autores argumentan que no sería «cognitivamente realista» postular:

una estructura mental que consista en una lista definida de entidades y relaciones que no dependan de alguna meta o propósito y motiven al conceptualizador a establecer estas relaciones de semejanza.[...] Una categoría denominada 'la estructura que comparten ambos espacios de entrada' dependería del contexto y, aunque sería posible construir analíticamente esta lista para cada amalgama particular, no es fenomenológicamente plausible que se evoque esta lista en la mente del conceptualizador cada vez que se realice una integración conceptual nueva. (Brandt y Brandt, 2005, p. 232)

Este punto de vista otorga la debida atención a los elementos pragmáticos y discursivos en el proceso de integración conceptual. Además, busca defender un principio esencial de la lingüística cognitiva y las ciencias cognitivas en general: las estructuras mentales que describe la lingüística



**Figura 1.5.** Modelo semiótico de integración conceptual según Brandt (2004); Brandt y Brandt (2005).

teórica deben poder comprobarse por medio de experimentos psicolingüísticos (Steen, 2014), un principio que se conoce como el *compromiso cognitivo* (Evans y Green, 2011). Sin duda, la realidad psicológica del espacio genérico, como lo postulan Fauconnier y Turner, está y estará siempre sujeta a los resultados del laboratorio (ignorarlos pone al investigador en peligro de cometer la llamada *falacia de estructura-proceso* (Steen, 2014). Por otra parte, como lo exponemos en la sección 11.2, el trabajo psicolingüístico de Bowdle y Gentner (2005) parece sostener la tesis de que hay elementos convencionales arraigados que se procesan como categorizaciones y asisten en la proyección conceptual de los espacios de entrada (presentación/referencia) de una forma especial, particular, distinta de otros elementos auxiliares que puedan emerger del conocimiento enciclopédico o el contexto de uso. Siguiendo esta tesis, en este trabajo argumentamos que, por lo menos en parte, el espacio genérico se conforma de metáforas y metonimias conceptuales convencionales, las que forman la base conceptual/categorizadora de la proyección que se realiza dentro del *blend* —subprocesos metafóricos o metonímicos—. Por lo tanto, el modelo que adoptaremos (y analizamos en detalle en 11.2) reestablece el espacio genérico y mantiene los espacios pragmáticos que incorporan Brandt y Brandt al modelo de integración conceptual.

### **1.3.5. Algunas distinciones básicas**

#### **Semasiología, onomasiología y la categoría prototípica**

En nuestra discusión sobre la CMT y la contribución de la filosofía clásica, decíamos que existe una noción de metáfora cotidiana en Aristóteles y que, por lo tanto, sí puede hablarse de una tradición occidental que prefigura la CMT. Cuando se trata de definiciones, en cambio, es efectivo que el giro cognitivo de la década de los 1980 trae consigo un cambio de paradigma: desde las tradicionales categorías taxonómicas —claramente definidas, mutuamente excluyentes y colectivamente exhaustivas, además de internamente homogéneas— a una teoría de prototipos (Grondelaers

y Geeraerts, 2003; Geeraerts, 1997, 2010; Lakoff, 2012; Langacker, 2008; Rosch, 1988). La teoría de prototipos define las categorías como *estructuras radiales jerarquizadas*, con un centro prototípico y un exterior, donde los elementos conforman una red conectada entre sí y se diferencian en su peso estructural. La categoría contiene algunos elementos más salientes, centrales o típicos y otros más marginales: no es homogénea. La pertenencia del elemento a la categoría y su posición relativa al centro prototípico no se decide a partir de condiciones taxativas, suficientes y necesarias como en la lógica tradicional, sino con criterios subordinados a elementos culturales, enciclopédicos, que pueden contradecir las taxonomías clásicas (Evans y Green, 2011; Geeraerts, 2010, 1997; Lakoff, 2012).

A pesar de su heterogeneidad, una categoría logra la cohesión mediante las relaciones de *familiaridad* que se constatan entre los elementos; una estructura interna sustituye la homogeneidad de las categorías tradicionales. La familiaridad, o el *parecido de familia*, es un concepto articulado por el filósofo del lenguaje Ludwig Wittgenstein (1953), e implica que «los miembros de una categoría pueden estar relacionados entre sí, sin que todos los miembros tengan propiedades en común que definan la categoría» (citado en Lakoff, 2012, p. 12ff.). Es decir, la membresía en una categoría radial no se define por cumplir con una serie de condiciones o una definición fija, sino por la cercanía con el centro y los criterios que se determinen como relevantes para establecer esta relación de cercanía (ibid.). En cuanto a la delimitación de las categorías radiales, los márgenes son imprecisos, flexibles o extendibles y las categorías pueden solaparse. Es decir, puede haber elementos que pertenezcan a dos (o más) categorías tradicionalmente excluyentes, según interpretaciones distintas. Esto se conoce en la filosofía tradicional como el problema de la demarcación (Evans y Green, 2011; Geeraerts, 2010). Puede ilustrarse con un ejemplo clásico: el tomate. ¿Es una fruta o una verdura? La respuesta dependerá del grupo de criterios definicionales, de varios grupos posibles, que se elijan para realizar la definición (Evans y Green, 2011). Desde una perspectiva botánica, donde la similitud formal entre las frutas es el determinante, el tomate puede considerarse co-

mo una fruta. En su concepción tradicional, en cambio, tiene mayor peso la función (cultural) que este alimento cumple en las ensaladas y se considera como verdura. Así, las categorías *fruta* y *verdura* están solapadas a causa de (por lo menos) un elemento *marginal* que podría pertenecer a cualquiera de las dos. Estos ejemplos también nos ayudan a comprender el concepto de centralidad o prototipicidad: a diferencia del tomate, que se encuentra lejos de ser una fruta (o verdura) típica, la manzana (en Europa) o el mango (en África Central) son prototipos de fruta en varias comunidades de hablantes. La lechuga se considera la verdura típica en algunas variedades del castellano, mientras que la zanahoria se considera el prototipo en lengua inglesa (Keith, 2009, p. 941).

Como contribución a una forma nueva de definir categorías, la categoría radial o prototípica funciona como premisa acerca de la naturaleza de las parcelas de significado que reconocen los modelos semánticos: los dominios, los espacios y los marcos (que revisaremos a continuación). Se trata, como veremos, de categorías cuya definición no necesita dar pruebas de que sean consistentes con el mundo en sí, o la realidad empírica (como exige la teoría clásica), sino que solo debe corresponder con la realidad humana y las aprehensiones obtenidas por medio de nuestra percepción, cognición y experiencia (Lakoff, 2012, p. 8). Unas categorías que no son ni excluyentes ni mutuamente exhaustivas relativizan también la noción racional de *taxonomía* y la posibilidad de clasificar de forma definitiva el todo o una parte de la realidad.<sup>6</sup> Esta condición del lenguaje atañe ciertamente también al metalenguaje: las unidades de análisis lingüístico cognitivo (tales como la metáfora) deben ser consideradas también como categorías radiales, con casos prototípicos y menos típicos. Se presupondrá que todas

<sup>6</sup> En este contexto es relevante también la noción de *ontología*, en especial su aplicación formal en esquemas de representación y organización del conocimiento (*Knowledge Organization*). Las ontologías son un área muy fértil para la aplicación de modelos semánticos (incluido el presente marco de lingüística cognitiva), pues son capaces de formalizar parcelas semánticas que se superponen, categorías no homogéneas y varios tipos de relaciones de significado (semánticas y pragmáticas) entre unidades simbólicas y al interior de estas. Dado que este campo excede los objetivos de este trabajo, remitimos a Nirenburg y Raskin (2004); Chiarcos *et al.* (2012).

estas parcelas constituyen categorías prototípicas, particularmente por la flexibilidad y la consiguiente extensibilidad de sus límites.

Hay que notar que la prototipicidad, tal y como la hemos descrito hasta aquí, es un efecto *semasiológico* (Grondelaers y Geeraerts, 2003, p. 68) y no puede extrapolarse sin más a las cuestiones onomasiológicas que también son objeto de este trabajo. Uno de nuestros objetivos es describir los efectos al interior de las categorías conceptuales, con sus correspondientes «metáforas-sinónimos», y no solamente la polisemia (policonceptual) de las unidades léxicas. El acercamiento semasiológico intenta establecer las relaciones semánticas al interior de una unidad léxica polisémica, donde *paraíso* puede significar 'una playa bella', 'un lugar agradable', 'un país donde se paguen muy pocos impuestos', 'el cielo bíblico', etc. Pero si nuestro punto de partida es, por ejemplo, el concepto general de IMPUESTOS y las diferentes metáforas o conceptualizaciones —cristalizadas en lexicalizaciones— que se utilizan para expresarlo, debemos tener en cuenta que los tipos de relaciones semánticas que se establecerán entre los diversos elementos (*paraísos, oasis, búnkers*, etc.) de la categoría onomasiológica serán distintos, y que sus implicaturas pragmáticas y efectos discursivos serán también variados. El desarrollo de la onomasiología de interpretación pragmática, también denominada sociolexicología (Grondelaers y Geeraerts, 2003), se ha desarrollado en el marco de los modelos cambio lingüístico que adoptamos en este trabajo. Desarrollamos este punto la sección 4, más adelante.

## **Dominios y espacios**

El significado de las palabras depende en gran parte de nuestras representaciones del conocimiento acerca del mundo, real e imaginario. Estas representaciones son el resultado de actos humanos de categorización, básicos para nuestra cognición (Geeraerts, 1997, p. 8–9; Lakoff, 2012, p. 5ff.), y pueden concebirse de diversas maneras. Es tradicional la oposición entre significado *lingüístico* y *enciclopédico*: el primero es parte de un «diccionario» que contiene un «subconjunto de información que forma parte del

significado (convencional) de una palabra o construcción», el segundo contiene todo el resto de lo que sabemos en virtud de ser humanos socialmente situados (Croft, 2000). En la práctica no sabemos dónde termina el diccionario de nuestra mente y dónde comienza la enciclopedia. Además, existe en la comunidad hablante una gran cantidad de «enciclopedias», con conocimiento acumulado, real, directo y concreto del mundo: tantas como hablantes haya. Por ello, es recomendable modelar las categorías con las que trabaja nuestra cognición a partir de varios tipos distintos de parcelas de significado/contenido.

Un *dominio conceptual* puede entenderse a primeras como una «estructura de conocimiento altamente estable», distinto de un *espacio mental*, que se define mejor como un «paquete» conceptual construido temporalmente *en línea* durante el discurso (Evans y Green, 2011, p. 436). Para poder formular una categoría de dominio es necesario presuponer «un cierto aspecto de conocimiento como base, que funciona como contraste para perfilar el concepto» (Barcelona, 2011, p. 11). Visto de otra manera, podemos imaginar que el dominio conceptual funciona como un «cajón» dentro de nuestro repositorio de conocimiento, del cual guardamos trozos que se relacionan entre sí —por cercanía temporal, situacional, similitud, funcionalidad, u otra característica que nos permita agruparlos bajo una rúbrica—<sup>7</sup> de forma más o menos permanente en nuestra experiencia del mundo. El espacio mental vendría a ser uno de los varios platillos sobre el tablero, seleccionados (o reclutados) de forma temporal para ser usados durante la construcción de significado, a través de procesos como el *blending* conceptual. Hay también estructuras más específicas y con mayor contenido estructural, que modelan situaciones de la experiencia humana, caracterizadas por su temporalidad: *scripts* y *frames* (Evans y Green, 2011; Geeraerts, 1997).

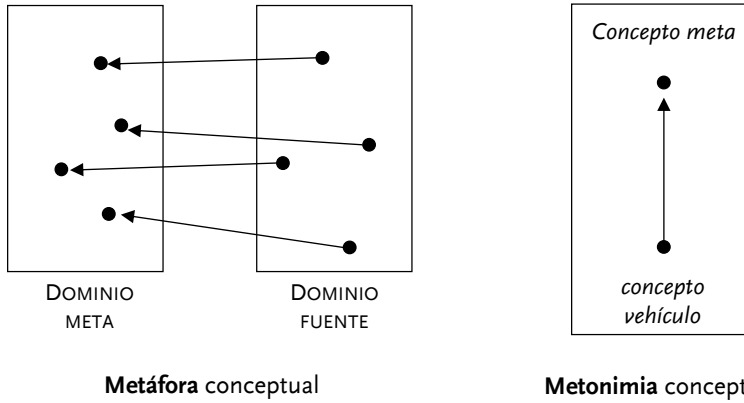
<sup>7</sup> Para la diferencia entre dominio taxonómico y dominio funcional, ver Barcelona (2011).

## La metáfora y la metonimia

El siguiente esquema, tomado de Evans y Green (2011) (figura 1.6), muestra la oposición entre metáfora y metonimia que se define en la CMT. Como mostramos arriba con los ejemplos de las figuras 1.1–1.3, la metáfora es una transferencia entre dos dominios diferentes, mientras la metonimia realiza la transferencia al interior del mismo dominio. Este esquema pone de relieve las relaciones de proyección que se reflejan directamente en el lenguaje metafórico y metonímico. Se ha criticado que los elementos que componen el modelo de la CMT están poco definidos, de forma tal que no contemplan diferencias importantes entre distintos tipos de proyecciones y diferentes concepciones de *dominio*, además de oscurecerse importantes solapamientos entre metáfora y metonimia, como también las interacciones que se establecen durante la producción de significados nuevos (Barcelona, 2011, 2012; Ruiz de Mendoza Ibáñez, 1998; Ruiz de Mendoza Ibáñez y Peña Cervel, 2005; Barcelona *et al.*, 2011; Evans y Green, 2011).

Una definición actualizada de metáfora y metonimia conceptual se propone en Barcelona (2011). Esta definición se hace cargo de estas críticas y de la percibida variedad de las manifestaciones concretas de los fenómenos (que en la pragmática y filosofía —como mostramos en 1.2—, se resolvió excluyendo todas las metáforas, excepto las más prototípicas), una variedad que produce metáforas y metonimias que parecen más o menos metafóricas que otras. Además, la definición cumple con aportar distinciones más claras entre las estructuras conceptuales: dominios, espacios, *frames* e ICM, corolario de lo cual es una interesante (aunque parcial) solución a cierto solapamiento entre metáfora y metonimia: hay metáforas donde fuente y meta parecen formar parte de la fuente y otras donde ambas parecen formar parte de un dominio superior Barcelona (2011, p. 37). A saber, esta definición hace una distinción más concreta entre ambos fenómenos semánticos.





**Figura 1.6.** Metáfora y metonimia conceptual según Evans y Green (2011, p. 313). La *metáfora conceptual* (compuesta) es una proyección inter-dominios entre fuente y meta. La *metonimia conceptual* es una proyección intra-dominio entre un concepto vehículo y un concepto meta.

La *metáfora esquemática* contiene las condiciones mínimas (necesarias y suficientes) para constituir una metáfora:

Metaphor is a **symmetric mapping** of a conceptual domain, the source, onto another domain, the target. Source and target are either **in different taxonomic domains and not linked by a pragmatic function**, or they are **in different functional domains**. (Barcelona, 2011, p. 53, énfasis añadido)

Una proyección simétrica implica que existen varios puntos de conexión entre dominios fuente y meta, y que puede producirse una imposición mutua de contenidos entre los dominios. Una proyección asimétrica, como en la metonimia, significa que se impone la estructura de la fuente sobre la meta, en forma de una perspectiva particular, y la meta no impone contenido alguno de vuelta sobre la fuente. En otras palabras, la fuente metonímica sirve como punto de referencia desde el cual se contempla el dominio meta y esta perspectivización no tiene contraparte a la inversa Barcelona (2011, p. 12–13).

Para especificar mejor, sobre la base de la definición lakoviana, qué se quiere decir con *dominio conceptual*, Barcelona distingue *dominios taxonómicos* basados en convenciones culturales —por ejemplo, la cadena de los seres que ordena jerárquicamente a las criaturas del mundo—, de *dominios funcionales* que se componen de elementos que se relacionan por medio de *funciones pragmáticas*, como las que existen al interior de marcos o ICM. Estos tienen un correlato experiencial, además de contener elementos de muchos dominios taxonómicos distintos. Ausentes estas relaciones, podemos decir que dos o más elementos de dominios taxonómicos diferentes utilizados como fuente/meta constituyen una metáfora. De existir estas relaciones entre los elementos, se trata de metonimias.

La *metonimia esquemática* es definida del siguiente modo:

Metonymy is an **asymmetric mapping** of a conceptual domain, the source, onto another domain, the target. Source and target are **in the same functional domain** and are linked by a pragmatic function, so that the target is **mentally activated**. (Barcelona, 2011, p. 52, énfasis añadido)

Además de ser *puramente esquemática*, como en esta definición, la metonimia puede ser *típica* (donde la fuente y la meta son claramente y sin duda distintas) o *prototípica* (cuando es típica y funciona referencialmente, de modo tal que la función referencial se aprecia fácilmente por parte del usuario). Estas definiciones se encuentran en un continuo de metonimicidad, siendo las prototípicas los mejores ejemplos y las metonimias más evidentes (Barcelona, 2011, p. 20–21).

Luego, hay metonimias (o metáforas) que son difíciles de decidir (si no ya *indecidibles*), como las siguientes adaptadas de Barcelona (2011):

- (7) a. El libro le destruyó la fe en un futuro más justo.
- b. El libro está roto.
- c. Ese libro le costó perder a su marido.
- d. Ese libro le costó 30 €.

Cada una de estas expresiones perspectiviza un aspecto diferente de la categoría LIBRO: a. destaca el contenido del libro, mientras b. se refiere al

aspecto físico y c., al trabajo de redacción realizado por la autora. En tanto d. se refiere tanto a la forma como al contenido del libro, lo que explica la diferencia de precios entre este y un cuaderno en blanco, por un lado, y el mismo libro en formato de tapa dura y en formato electrónico, por el otro. Pero, ¿cuál es el significado central de *libro*? ¿Cuáles expresiones están usadas de modo metonímico? Esta decisión depende del criterio del investigador, pero también de la definición de lo que significa ser metáfora, o metonimia.

## 2 La metáfora contemporánea

La metáfora puede aprehenderse de formas varias, y los acercamientos que presentamos a continuación aportan las piezas parciales, pero esenciales, para caracterizar la creatividad metafórica en la realidad del uso. Con una mirada de mayor granularidad, si tomamos en cuenta las coordenadas únicas de cada contexto de uso —características y procesos mentales de los participantes, formas gramaticales aplicadas, y otras variables del lenguaje—, la metáfora creativa se manifiesta con múltiples perspectivas: sincrónica/diacrónica, como proceso/como producto, semasiológica/onomasiológica y en diversos grados de convencionalidad. Este trabajo se realiza con el reconocimiento de que puede operacionalizarse la diferencia en varios de estos ejes: la interpretación de la metáfora no depende solo de la intuición del hablante.

### 2.1. La metáfora conceptual en la *mente, lengua y comunicación*

En lo que sigue ahondamos en las teorías y los modelos de la metáfora que elaboran y operacionalizan estas diferencias. Para darle una estructura más clara a la exposición, partimos con una propuesta metodológica que responde a discusiones vigentes acerca de las relaciones metateóricas entre aproximaciones a la metáfora que se han propuesto hasta entrada la segunda década del siglo *xxi*.

Entre los modelos centrados en la sincronía destacan la CMT e integración conceptual y, derivados de estos, los modelos que subdividen el complejo campo de estudio de la metáfora en dos (o tres) dimensiones epistemológicas: metáfora en la mente, en la lengua y en la comunicación. Basada en un metaanálisis de Steen (2011), esta clasificación sintetiza la

	SEMIÓTICA	PSICOLOGÍA	CS. SOCIALES
METÁFORA EN LA LENGUA	Lingüística cognitiva	Psicolingüística	Análisis del discurso
METÁFORA EN LA MENTE	Lingüística cognitiva	Psicología cognitiva	Análisis del discurso
METÁFORA EN LA COMUNICACIÓN	Análisis del discurso	Psicología social	Análisis del discurso

**Tabla 2.1.** Niveles de la metáfora (Steen, 2011).

diversidad de herramientas conceptuales existentes en las obras estudiadas para desagregar y hacer analizable la creatividad metafórica en ejemplos concretos de uso. El análisis de Steen está basado en trabajos distintos metodológicamente y expone un paradigma extendido dentro del cual se puede estudiar la metáfora lingüística o cognitiva, pero además la metáfora social, con especial atención a sus efectos comunicativos. Se distingue entre tres niveles (tabla 2.1) que pueden ser investigados, respectivamente, desde un punto de vista semiótico (de la forma-estructura y significado del signo), desde un punto de vista psicológico (los procesos mentales que se involucran en la adquisición y producción, el reconocimiento y el uso discursivo de las metáforas) y desde un punto de vista científico y social (operación y dinámicas en el discurso). Nuestro estudio, de orientación principalmente onomasiológica, con algunos aspectos semasiológicos (ver 1.3.4), se encuentra localizado en la columna semiótica y abarca los tres niveles de la metáfora, aunque tiene algunas implicancias sociales.

En este esquema se pueden introducir oposiciones, según Steen, fundamentales para cada nivel. La metáfora en la lengua, por ejemplo, debe distinguir entre metáfora y *símil*, ya que se expresan formalmente de distinta manera y distintas formulaciones pueden dar pie a diferentes lecturas. La metáfora en la mente debe poder distinguir entre metáfora convencional y nueva. Del mismo modo, Steen distingue en el nivel discursivo entre

metáfora deliberada y no deliberada (Steen, 2011, p. 11). Un esquema alternativo (presentado en tablas 2.2 (p. 78) y 2.3 (p. 80)), recoge estos niveles e introduce oposiciones con respecto a la metaforicidad de las expresiones en el nivel sistémico y en el nivel de uso (o discurso); este esquema hace binaria la distinción tripartita de Steen, que separa el sistema de la lengua del sistema conceptual (Müller, 2008). Para denominar el nivel comunicativo, Müller (2008) prefiere hablar de *discurso*, que corresponde a la metáfora en *uso*. Además, si en la comunicación Steen habla de metáforas deliberadas y no deliberadas y destaca los aspectos pragmáticos de la metáfora como acto ilocutivo, la autora prefiere enfocarse en el aspecto psicológico de esta distinción, que no juzga la *intención* del hablante, sino el nivel de *atención* —consciencia de que sea una metáfora— que este revela tener de la metaforicidad de una expresión.

## **2.2. La metáfora como *proceso* y *producto* creativo**

Tanto la metáfora como la metonimia conceptual pueden ser creativas o convencionales y estos aspectos pueden contemplarse desde una perspectiva estática (la metáfora como producto) o dinámica (la metáfora como proceso), así como desde una perspectiva individual o colectiva. En esta sección discutimos el aspecto individual, que involucra los procesos cognitivos que dan origen a los enunciados metafóricos, únicos e irrepetibles, que un individuo emite en ciertas coordenadas contextuales específicas. La perspectiva colectiva se presenta más adelante, en la sección 4.

En el nivel individual, la perspectiva estática sobre las metáforas nos ofrece una imagen fija de la metáfora conceptual, su estructura semántico-conceptual interna y las estructuras de lengua asociadas habitualmente con esta, aprendidas como construcciones en la mente del hablante. En cambio, la perspectiva dinámica nos permite aprehender cómo estas estructuras conceptuales emergen mediante procesos cognitivos de producción y comprensión lingüística. La perspectiva dinámica incluye un reconocimiento de que los enunciados metafóricos no solo *proviene*n de procesos, sino

que incluso los enunciados más convencionales son capaces de *gatillar* en el lector procesos de comprensión metafórica activados contextualmente (Müller, 2008, p. 196). Además, aunque los procesos de creación y comprensión de la metáfora sean, en primera instancia, procesos sincrónicos, pueden proyectarse concatenadamente hacia el eje diacrónico. Entonces, el acercamiento dinámico se ajusta mejor al objetivo de captar el complejo procesamiento que hace posible la creación de significados conceptuales nuevos, así como la fijación de los mismos en el sistema mediante la replicación alterada. Esta intuición se confirma en trabajos que ponen a prueba los esquemas descriptivos para explicar los procesos y las estructuras metafóricas (Brandt, 2004; Brandt y Brandt, 2005; Evans y Green, 2011; Müller, 2008; Urquidi, 2013). Por esta razón, este trabajo adopta un acercamiento dinámico para modelar los usos creativos de la metáfora y la metonimia aplicando redes de integración que describen procesos de integración conceptual, que además constituyen el esquema preferido para dar cuenta de los procesos y las estructuras de metáforas originales o creativas. La lengua

CLASIFICACIÓN: SISTEMA		
	CONVENCIONALIDAD	TRANSPARENCIA
MUERTA	+	-
ARRAIGADA	+	+
NOVEDOSA	-	+

**Tabla 2.2.** Niveles de la metáfora, clasificación: sistema (Müller, 2008).

en uso como *interfaz* entre innovación y el sistema de la lengua, una idea respaldada por el trabajo de Croft (2000, p. 7), Traugott y Dasher (2005) y otros, se ve respaldada por los resultados que se extraen de nuestro corpus y que analizaremos extensamente en la tercera parte de este trabajo. También Grondelaers y Geeraerts (2003) hacen hincapié en que la perspectiva del uso es fundamental para comprender un tipo de cambio lingüístico en el cual una comunidad de hablantes produce sinónimos de origen figurativo,

con formas muy distintas que acarrearán sentidos diferentes —en nuestro caso metáforas con dominios fuente diferentes— para el mismo contenido conceptual (Grondelaers y Geeraerts, 2003). Por su parte, Traugott y Dasher (2005) desarrollan una visión acerca del cambio léxico y semántico desde dos perspectivas simultáneas, donde la clave está en la estrecha relación entre forma lingüística y uso: «los aspectos estructurales y comunicativos del lenguaje dan forma a la gramática» y «el uso del lenguaje está restringido por las propiedades estructurales del código que se usa y las intenciones comunicativas y cognitivas para las cuales se utiliza». En esta concepción, los hablantes son los responsables de crear el significado mediante la producción del enunciado y la posterior *negociación* de lo que significa: «el eslabón entre la ‘gramática’ y el ‘uso’ es la díada SP/W–AD/R, que deben negociar el significado de manera interactiva, respondiendo al contexto pero también creándolo» (Traugott y Dasher, 2005, p. 3, 6–7).

En el uso individual, las expresiones metafóricas gastadas pueden ser reactivadas en virtud de la metaforicidad (convencional pero todavía transparente) que exhiben. Una parte de su metaforicidad original se integra en el significado recién creado, el cual también puede incorporar otros elementos contextuales relevantes a la lectura. En la gradualidad de los procesos de cambio semántico, con la consiguiente nubosidad en el significado, hay un amplio espacio de acción y percepción de metaforicidad. A veces, los hablantes pueden activar y desactivar el valor metafórico de los enunciados que producen y participar creativamente en la selección de expresiones innovadoras a partir de otras más antiguas y arraigadas.

Como vemos en las tablas 2.2 y 2.3, Müller (2008, p. 189ff.) desacopla lo que tradicionalmente se ha tomado como un monolito: la metaforicidad. De los tres aspectos de la metaforicidad —*convencionalidad*, *transparencia* y *activación*— los dos primeros atañen solo a la lengua, incluidas sus formas y contenido conceptual. La activación se refiere a la expresión metafórica en uso y su procesamiento cognitivo por parte de un hablante, que puede utilizarla con o sin percibir la metaforicidad. Se puede manifestar en expresiones metafóricas que se utilizan cognitivamente inactivas, es decir,



que el SP/W (e idealmente también el AD/R) procesa como expresiones literales; o bien activas, que se presentan tomando en cuenta la metafóricidad de las mismas. La autora denomina estas metáforas *dormidas* y *despiertas*, respectivamente. Las maneras en que las dormidas pueden despertarse discursivamente incluyen el uso de recursos contextuales como las comillas, los comentarios metalingüísticos, o añadir al cotexto una o más extensiones figurativas de la metáfora conceptual sobre la cual la expresión en cuestión está basada (Müller, 2008, p. 190–192). La *transparencia*

CLASIFICACIÓN: USO		
	ACTIVACIÓN	TRANSPARENCIA
DORMIDA	-	+
DESPIERTA	+	+

**Tabla 2.3.** Niveles de la metáfora, clasificación: uso (Müller, 2008).

implica la posibilidad de reconocer los orígenes metafóricos en la forma de la metáfora (por ejemplo, mediante polisemia que incluya una acepción literal) y está asociada a la forma de la metáfora. Solamente la expresión metafórica transparente está disponible en el uso para ser activada por el usuario individual. Por ello, requiere mantener la cercanía morfológica de su antecesor literal para que la viveza de este persista en la mente de los hablantes. Si no es transparente, la metáfora se considera extinta, histórica o *muerta*. Las posibilidades de «reanimación» se extinguen cuando, mediante la convencionalización, las expresiones metafóricas comienzan a perder la transparencia y, por ende, la capacidad de evocar todavía los rastros del significado metafórico original:

It seems important[...] to emphasize that a significant portion of what have traditionally been termed dead metaphors may be sleeping in one context and waking in another. The same holds for novel metaphors. They may go unnoticed in one context and receive focused attention in another, hence they may be sleeping in one context and waking in another. Note that this property

is a question of use, which again crosscuts the distinction between poetic and ordinary language. (Müller, 2008, p. 36)

La autora incorpora en este esquema una visión más matizada de la oposición binaria entre metáforas muertas y vivas, que otorga puntos de referencia concretos para una visión alternativa, continua, de la metaforicidad en el sistema (mente y lengua) y en el uso de expresiones metafóricas (Müller, 2008, p. 179ff.).

Para arrojar luz sobre estas categorías algo abstractas, volvamos a una metáfora común en el lenguaje popular sobre economía: la expresión *paraíso fiscal* es sumamente transparente, pues coexiste en el sistema de la lengua con el significado literal de *paraíso* y evoca palmeras, arena blanca y mar azul. Estas asociaciones no impiden que sea el único término convencional en castellano para referirse al fenómeno en cuestión, como lo demuestran los textos oficiales de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OECD, siglas en inglés). Es más, es muy probable que la expresión no active la metaforicidad en los usos prototípicos, manifestados en los contextos de uso oficial y técnico, a no ser que el hablante indique explícitamente en el discurso que tiene esa intención. De la misma manera, *burbuja inmobiliaria* ha adquirido un grado similar de lexicalización, manteniendo la metaforicidad transparente, lo que equivale a decir que al igual que el *paraíso fiscal*, la metaforicidad de la burbuja está siempre sujeta a ser reactivada por el hablante o el oyente. Ambas expresiones, como son convencionales pero transparentes, se encuentran sujetas a constituir puntos de partida para la innovación mediante relaciones metonímicas y/o metafóricas.

En el caso específico de la metáfora mixta, Müller (2008) aboga por el uso del marco conceptual de Fauconnier y Turner —presentado más arriba— para modelar el proceso de construcción de significado que requiere este caso especial: como red de integración conceptual. Las ventajas de este modelo, hemos visto, es que «aborda explícitamente los procesos de construcción de significado en tiempo real (*on-line*), [...] ofrece herramientas para describir los elementos de construcción de significado y para reconstruir

los procesos que conducen a que emerjan nuevas estructuras de significado» (Müller, 2008, p. 161). Es efectivo, como hemos argumentado, que las ventajas de este modelo lo hacen preferible al modelo CMT original de Lakoff y Johnson para describir procesos.

Las descripciones de ciertos procesos, o subprocesos, dentro de redes de integración conceptual aportan también elementos más concretos de análisis individual, los que pueden complementar el modelo gracias al poder analítico que ofrecen. Barcelona (2011) y Ruiz de Mendoza Ibáñez (1998) sistematizan varias estrategias de reclutamiento de significado, puesta de relieve y otras asociaciones formales y de contenido que cumplen un rol en el proceso de *blending*. Destaca la frecuente interacción de subprocesos metonímicos y metafóricos, que suelen generar productos que finalmente se leen como metáfora o metonimia. Esta interacción se ha denominado *metaphtonymy*, o metafonimia (Goossens, 1995b, citado en Nacey, 2004, p. 3). En la dimensión pragmática destaca el aporte de las *inferencias invitadas* (Traugott y Dasher, 2005) como unidades que describen las relaciones entre lo comunicado por el SP/W al AD/R. La sección 4 de este trabajo expone la elaborada propuesta de Traugott y Dasher (2005), que articula las dimensiones individuales, con sus efectos en la colectividad de hablantes. Antes, presentamos algunas nociones acerca de la lengua en el uso y en el discurso.

## 3 Discurso y funciones de la metáfora

### 3.1. Nociones de discurso

El presente trabajo interpreta las estructuras conceptuales (*frames*, espacios mentales, metáforas conceptuales) asociadas a los enunciados metafóricos dentro de un marco amplio: el espacio cultural donde se manifiestan y el contexto de uso, o lo que Brandt y Brandt (2005) denominan el *espacio semiótico* completo. Por ello, elaboramos aquí algunas nociones acerca del nivel discursivo y pragmático de la lengua. En este marco aplicamos el análisis crítico del discurso, una herramienta tradicional que establece relaciones entre el mundo social y los fenómenos lingüísticos.

El análisis crítico del discurso se define en el *Dictionary of Linguistics and Phonetics*, como «una perspectiva que estudia la relación entre eventos de discursos y factores sociopolíticos y culturales, especialmente la manera en que el discurso influye en las relaciones de poder en la sociedad y se deja influir ideológicamente por ellas» (Crystal, 2008a, p. 123). Van Dijk (2001), en tanto, lo describe como «un tipo de investigación analítica que estudia principalmente el abuso del poder, la dominación y la desigualdad social, y cómo estas prácticas se aplican, se reproducen y se resisten» por medio del uso de la lengua. Sus objetivos son «entender, exponer y, en último término, resistir la desigualdad social» (Van Dijk, 2001, p. 352). Según el mismo autor, un análisis del discurso eficaz debe unificar el nivel *micro* de la interacción individual y el nivel *macro* de las relaciones entre grupos sociales. Aquí, esto implica establecer un nexo causal entre la cognición individual (recuerdos, conocimientos, opiniones), expresada lingüísticamente, y las cogniciones compartidas que se cristalizan en la lengua y las conceptualizaciones convencionales (Van Dijk, 2001, p. 354). Estas últimas forman parte de la esfera semiótica del mundo de los fenómenos, compar-

tida por los hablantes. Para describir esta relación de causalidad, tanto la integración conceptual semiótica como el modelo diacrónico de cambio semántico de Croft (2000) que será explicado más adelante, logran explicar el tránsito entre ambas perspectivas. Croft, en particular, con un enfoque diacrónico, permite detallar los pasos desde la creación lingüística hasta la lexicalización o gramaticalización de las formas lingüísticas.

El análisis crítico del discurso cuenta con categorías descriptivas para las relaciones de poder, dominación y desigualdad, así como las prácticas de reproducción y resistencia, que se manifiestan dentro de la sociedad y se expresan lingüísticamente. Es, por ejemplo, relevante la noción relacional de *hegemonía*, «la forma en que los grupos socialmente dominantes integran el poder en leyes, reglas, normas, hábitos e incluso el consenso general de la gente» (Gramsci, 1971, citado en Van Dijk, 2001) pasando por sobre el poder de otros grupos. El cuidado de estas relaciones y el ejercicio de estas prácticas pueden considerarse las metas comunicativas más importantes de todas las funciones que discutimos en este trabajo. Las relaciones de poder se encuentran, por lo tanto, al centro de la intención *perlocutiva* de los enunciados que analizamos.

Lo que se describe como *función ideológica* de la metáfora es una estrategia de manipulación verbal que «busca comunicar creencias implícitamente, sin expresarlas, con menores probabilidades de que sean cuestionadas» (Van Dijk, 2001, p. 358). Para definir *ideología* de manera muy general, se trata de «los conocimientos autorizados y legitimados como verdaderos a través del discurso y la lengua que se utiliza» y que tiende a «adquirir la apariencia de sentido común objetivo» (Goatly, 2007, p. 27). La estrategia ideológica se basa en estructuras conceptuales (*frames*) que transportan silenciosamente valores y juicios sobre el tema que se discute. Geeraerts (2008, p. 45) establece una equivalencia entre *ideologías* y *modelos cognitivos idealizados*, donde las ideologías serían *modelos culturales* con una de dos particularidades: Su carácter idealizado ha sido olvidado (es decir, se olvidan sus diferencias con la realidad observable), o se aplican de forma prescriptiva (como un *deber-ser*), o ambas.

Asociada a la función ideológica, la función reconceptualizadora de la metáfora y metonimia, que busca darle otro nombre a algo que ya se ha nombrado, se asocia también con la *exnominación*, una estrategia de grupos hegemónicos que consiste en *normalizar*, hacer devenir neutral y natural una cierta forma de comportamiento normativo, un *statu quo* social (Barthes, 2008, citado en Lakoff, 2000). La exnominación es una manera de «evitar ser nombrado y mantenerse fuera del cuestionamiento» (Fiske, 1996, citado en Lakoff, 2000, p. 54), como cuando, por ejemplo, se intenta negar la existencia del sexismo o del racismo en alguna sociedad o institución determinada ofreciendo razones biológicas para las diferencias entre géneros, o grupos étnicos (mientras se afirma, al mismo tiempo, el carácter normativo de esta «realidad»). Goatly (2007, p. 27) lo resume de este modo: «es muy común que se hable de descripciones ‘objetivas’, ‘sin sesgo’, como si nuestra lengua y nuestros textos pudieran ser el reflejo fiel de una realidad preexistente». Para el sociólogo Pierre Bourdieu, la acción política tiene como punto de partida «la denuncia contra el contrato tácito de adherencia al orden establecido» y tiene como objetivo cambiar la realidad social mediante nuevas representaciones simbólicas, nuevos esquemas de clasificación que alteran el conocimiento del mundo que poseen los actores. Según Bourdieu,

La subversión política presupone la subversión cognitiva, una conversión de la visión de mundo... La subversión herética explota la posibilidad de cambiar la esfera social [...] contraponiendo a la visión ordinaria que aprehende la esfera social como si fuese el mundo natural una *pre-visión paradójica*, una utopía, proyecto o programa. (Bourdieu, 2009, citado en Goatly, 2007, p. 28)

Siguiendo a Bourdieu y Goatly, se pueden usar las metáforas y metonimias para oponer resistencia ideológica en la sociedad. Por medio del enunciado performativo (Bourdieu, 2009, p. 128) se pone en práctica la *subversión herética* que denuncia «el contrato de adherencia al orden establecido que define la doxa original» (ibid., p.127). Esta puede incluir estrategias como la *subversión conceptual* (Goatly, 2007), la *deexnominación* (Lakoff, 2000) y la *puesta en cuestión* de constructos conceptuales (Lakoff y

Turner, 1989). En los datos del estudio, todo indica que el uso discursivo de estas estrategias está bien extendido en discusiones sobre asuntos políticos y económicos, especialmente cuando existen discursos asociados a bandos opuestos ideológicamente (empresarios vs. trabajadores, liberales vs. conservadores, etc.) que compiten por dominar semánticamente la discusión y conseguir «el silencio de la doxa», donde el discurso que representan disfruta del consenso social y la percepción de naturalidad (Bourdieu, 2009, p. 131).

### **3.2. El discurso y las funciones lingüísticas**

La función lingüística es una adecuación de la forma del enunciado que usa signos específicos para intentar cumplir ciertas metas comunicativas. En este sentido, la función es una categoría que se solapa con otras nociones sociológicas que describen el comportamiento (sociodiscursivo) y las relaciones de poder entre actores sociales. En lingüística, la literatura ha definido y elaborado el concepto de función de varias maneras. Halliday, por ejemplo, sugiere que, aunque los usos del lenguaje sean ilimitados y estén en permanente cambio, está diseñado para desempeñar tres funciones: una función para dar cuenta de la experiencia, otra para crear relaciones interpersonales y otra para organizar información (Eggins, 2004, p. 111). Una versión más tradicional de las funciones del lenguaje distingue seis: *referencial*, *expresiva*, *conativa*, *fática*, *metalingüística* y *poética* (Jakobson, 1975; Matthews, 2005), y también los estudios de la metáfora difieren en el número de funciones que reconocen para esta. Hoy existe consenso sobre una visión amplia, que la contempla como «el rol individual y social que cumple el lenguaje» (Crystal, 2008b), como «cualquiera de las cosas que puede hacerse en el lenguaje y mediante el uso del mismo» (Matthews, 2005). El modelo clásico de Jakobson no distingue un espacio explícito para las funciones sociales del lenguaje, aunque, según corresponda, el modelo podría extenderse y posicionar estas como complementarias y *ulte-*

*riores*<sup>1</sup> a las seis funciones originales. Por ejemplo, la función expresiva se explota con el propósito final de generar empatía o solidaridad, mientras la función metalingüística se usa con el fin de desafiar algunas conceptualizaciones hegemónicas y, por tanto, argumentar a favor de una nueva conceptualización y una postura ideológica opuesta. Lyons, por su parte, aporta distinciones entre la función referencial o descriptiva, y las funciones expresiva y social (estas últimas llamadas *interpersonales* (Matthews, 2005)).

Aunque cada función tiende a apuntar a un tipo de acción concreta, es difícil encontrar enunciados que solamente puedan clasificarse de una manera (Jakobson, 1975, p. 353) y los resultados de nuestro trabajo indican que cada expresión metafórica —en tanto enunciado situado en un contexto particular— cumple por lo general varias funciones simultáneamente. Además, las funciones que define un autor tienden a verse solapadas con otras, sin ser idénticas: una taxonomía de funciones no sería posible ni deseable. Sin embargo, son categorías que resultan útiles para identificar las intenciones que se descubren (o interpretan) tras cada enunciado.

La lingüística cognitiva estudia la lengua y el lenguaje principalmente en su función *cognitiva*, refiriéndose con ello al rol crucial como intermediarios entre nosotros y el mundo que cumplen ciertas estructuras de información, instrumentos para organizar, procesar y transmitir información (Geeraerts, 1997, p. 8–9). Esta también define la principal función de la metáfora como la (re)interpretación de conceptos abstractos desde la perspectiva de nuestro quehacer cotidiano, con nuestras experiencias perceptuales y cognitivas típicas (Hanks, 2006, p. 19), es decir, motivados por experiencias

<sup>1</sup> Usamos *ulterior* porque refleja el carácter de posterioridad a las funciones más básicas del lenguaje, pero también la dimensión «manipuladora» (*motivos ulteriores*) de funciones orientadas a lograr efectos perlocutivos, que buscan convencer y guiar el actuar del AD/R. Nos inspiramos en una expresión de uso común en el inglés (*ulterior motives*), donde además de los sentidos temporales y físicos concretos, dos acepciones reflejan el sentido que queremos darle aquí. Una extensión metafórica de su sentido locativo la define así: «lying beyond what is openly stated, avowed, or evident; intentionally kept in the background or concealed». Otra acepción más abstracta, que puede reflejar a dimensión temporal, la define como una finalidad o meta: «a *further* aim or end» (énfasis añadido) (Oxford English Dictionary, 2016).



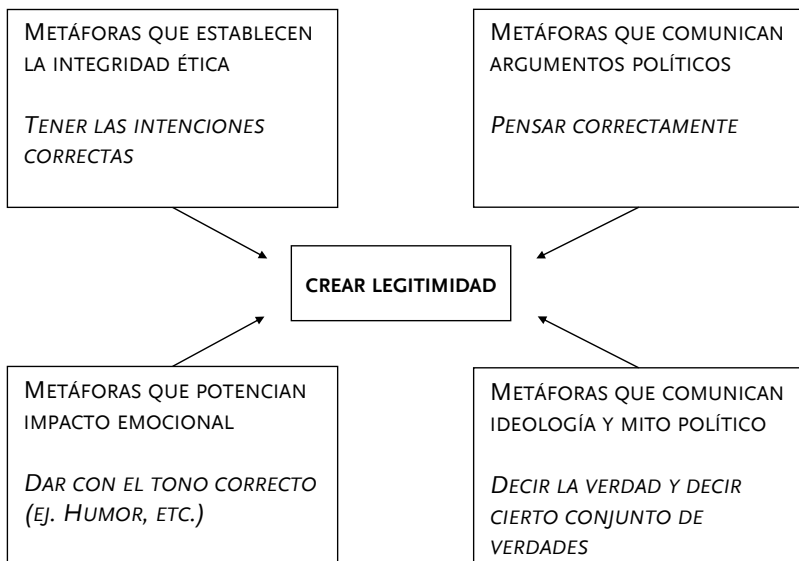
que pueden ser biológicas o culturales (Grady, 2001). Esta función, cuando se orienta de manera deliberada, puede ponerse al servicio de ideologías que seleccionan perspectivas particulares, afines a algún discurso que los hablantes apoyen (Charteris-Black, 2009; Lakoff, 2009; Lakoff y Johnson, 2003). Por ejemplo, una de las estrategias relacionadas con la función conceptualizadora, el *framing*, consiste en colocar el asunto en cuestión en el interior de marcos que limiten las alternativas argumentativas e interpretativas en el contexto de uso (Crystal, 2008a; Evans y Green, 2011; Fauconnier y Turner, 2003).

Como unidades de lengua, las metáforas pueden realizar funciones en el discurso e incidir en la comunicación del significado, convencional y contextual. Las *metas comunicativas*, aquello que quiere lograrse como efecto en el AD/R, pueden definirse de este modo: «el ser humano tiene el objetivo de ser socialmente exitoso y la influencia sobre otras personas mediante el uso de la lengua es un elemento esencial para explicar este éxito» (Keller, 1994, citado en Croft, 2000). Más allá de las funciones básicas de la comunicación —el transferir proposiciones hacia y desde la mente de los interlocutores, donde está representado el estado de las cosas en el mundo— la lengua se utiliza para llevar a cabo ciertas interacciones sociales, como hacer preguntas, expresar deseos u opiniones, realizar promesas, pedir favores, etc. (Van Valin Jr., 2003, p. 330). En este sentido, la metáfora y el símil pueden utilizarse para «evaluar eventos, personas y su comportamiento», «desfamiliarizar al lector para cuestionar y desestabilizar percepciones habituales» y, en la política, para la «persuasión y la comunicación de valores compartidos» (Partington, 2006, p. 271–294). La comprensión de la metáfora como comunicación exitosa incluye la comprensión de la intencionalidad que la motiva y, con ello, la función supuesta en esta (Brandt y Brandt, 2005).

La tipología tripartita de funciones ya mencionada de Halliday ha sido aplicada antes al género periodístico en el dominio específico de la economía, donde las principales se describen como: a) función ideacional, definidora («definir la agenda»), b) argumentativa interpersonal y c) per-

suasiva interpersonal («hacer tomar conciencia de un argumento») (Koller, 2006). Para el discurso en general, Goatly (2007, 2011) hace un listado de funciones discursivas que la metáfora puede desempeñar en cualquier género. Informado por la teoría de la relevancia, distingue algunas formas en las que la metáfora incita al lector a producir interpretaciones específicas del texto. El listado es informativo, pero revela la nubosidad del concepto: vemos que algunas se concentran en la forma, es decir, son más bien poéticas («decoración, disfraz e hipérbole»; «aumentar la memorabilidad, la puesta en relieve y la informatividad, ambas buscan captar la atención y expresar emociones»), y otras se concentran en el contenido (la mayor parte de las expresiones metafóricas podría clasificarse bajo «explicar y modelar», «reconceptualizar» y «aumentar la memorabilidad» *al mismo tiempo*), pero no hay criterios homogéneos. Las funciones de «cultivar intimidad» y de «expresar una actitud emocional» se activan ambas en la comunicación y en la interacción: esta es expresiva y aquella es fática. «Estructurar el texto» y «tapar vacíos léxicos» son funciones metalingüísticas, pero solo la última se aplica a la lengua en tanto que sistema, la otra solamente incide en la estructura del discurso.

Es importante notar que una parte de estas refleja «what the metaphor does for the language», mientras otras reflejan «what the writer does with the metaphor» (Skorczynska y Deignan, 2006, p. 97), lo cual hace, según estas autoras, una aplicación coherente del compendio de Goatly muy difícil de realizar. Más allá de esta debilidad, nos parece que estas funciones indican que existe una cadena de actos —un acto individual, del hablante sobre el discurso, y un acto social del enunciado sobre la lengua— para efectuar cambios en el léxico de una lengua. Proponemos —y elaboramos con ejemplos a continuación en 2.3.3— que el alcance de cada función descrita aquí refleja las diferencias que existen entre los tres niveles pragmáticos de acción lingüística que distingue Austin (2009): *locutivo*, *ilocutivo* y *perlocutivo*. Estos niveles se manifiestan de forma simultánea, pero pueden manifestarse con énfasis o ponderación distintos en cada enunciado en particular. Por lo demás, en términos generales, creemos que las fun-



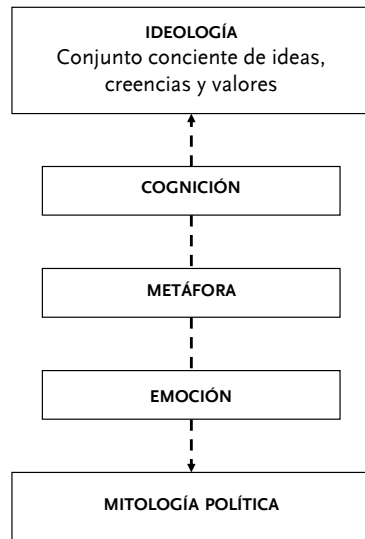
**Figura 3.1.** La función de la metáfora en la comunicación política, una visión contemporánea (Charteris-Black, 2009).

ciones descritas por Goatly se refieren a un nivel más concreto de acción, pues son aplicables a casos mixtos, contextualizados y más específicos de las que distinguen Halliday, Koller y Jakobson. A saber, describen una mayor orientación hacia los fines *ulteriores*, *perlocutivos* y *concretos* sobre la reacción esperable en el lector. Esto la hace compatible y útil para el análisis crítico del discurso, ya que estaremos tratando con casos de expresión metafórica bajo consideración del contexto concreto de uso.

Desde el punto de vista discursivo, la función más llamativa es, sin duda, la que Goatly llama *ideológica*. Bajo este alero se pueden entender todas aquellas que funcionen de modo *interpersonal-conativo*, con fines perlocutivos, para ofrecer conceptualizaciones (o referencias) que hagan inevitable conclusiones compatibles con la ideología que se defiende. Buscan, con todas sus fuerzas, invitar inferencias particulares y sembrar las semillas para inferencias futuras a su favor; es un intento de crear condiciones intersub-

jetivas (mundos compartidos) que validen las implicancias del enunciado. Su fuerza ilocutiva se define casi totalmente en la interacción con el o los interlocutores. Una de las formas de innovación metafórica que proponen Lakoff y Turner (1989), la *puesta en cuestión*, también debe clasificarse dentro de la función ideológica (ver 11.1).

El esquema de Charteris-Black (2009) de p. 90 (figura 3.1) representa las cuatro funciones primordiales de la metáfora en la comunicación política, puestas al servicio de crear legitimidad (*forming legitimacy*). Las cuatro funciones son «establecer el *ethos* del político», «potenciar el *pathos*», «crear humor» y «comunicar y explicar las políticas públicas (*logos*)». Otro diagrama del mismo autor (figura 3.2) grafica cómo las metáforas median entre ideologías y lo que denomina *mitologías políticas*, y cómo rigen el tránsito desde las conceptualizaciones conscientes e intencionadas hacia el sentido común: «las metáforas contribuyen al diseño de un estilo de liderazgo apelando a los seguidores a participar de una representación o construcción particular de la realidad social» (Charteris-Black, 2009, p. 97). Siguiendo la línea argumentativa de que existe una cadena fenomenológica entre el uso intencionado individual de la lengua y el cambio social, se ha propuesto que la ideología sería una especie de interfaz entre la cognición individual, las representaciones y los procesos conceptuales «que subyacen el discurso y la acción», y «las posiciones so-



**Figura 3.2.** Metáfora mediando entre mito e ideología (Charteris-Black, 2009).

ciales y los intereses de los grupos sociales» (Van Dijk, 1995, citado en Koller, 2006, p. 230). En efecto, las funciones que ostensiblemente cumplen las metáforas en el discurso nos permiten comprender los efectos que tiene el lenguaje al establecer, fortalecer o debilitar las relaciones sociales, las instituciones culturales y el comportamiento social del ser humano. Pueden utilizarse para reforzar lazos sociales cuando se seleccionan las convenciones de un cierto grupo, el que representa una ideología particular, por sobre las convenciones de otro grupo: «la membresía intragrupal se (re)construye en gran parte tomando recursos cognitivos y discursivos compartidos por los integrantes del grupo» (Koller, 2006, p. 240). Una vez identificados, los miembros del grupo «pueden utilizar la metáfora para transportar y reforzar los modelos conceptuales impregnados de ideología que conforman la base del discurso» que comparten (Partington, 2006, p. 239).

En la economía y en la prensa especializada, Skorczynska y Deignan (2006) señalan que hay tres funciones principales de la metáfora en textos económicos: *ilustradora*, *modeladora* y *genérica*. La *ilustración* es una «decoración textual» que no tiene propósitos ulteriores, mientras que el *modelado* implica «explorar problemas específicos de la economía con metáforas que funcionan como soporte para extender el dominio de las ideas económicas» (Skorczynska y Deignan, 2006, p. 95). Las metáforas *genéricas* son las que ocurren en todo tipo de lenguaje y estructuran u organizan el discurso, como en «*Aterrizando de este modo los conceptos señalados*» (EMM), donde *aterrizar* no se refiere a la metáfora convencional LOS PROCESOS ECONÓMICOS SON DESPLAZAMIENTOS y LAS INSTITUCIONES SON VEHÍCULOS, sino a LO ABSTRACTO ES ARRIBA / LA ABSTRACCIÓN ES VUELO. También en la disciplina académica, Klamer y Leonard (1996, p. 46–47) distinguen cuatro tipos de metáforan en el pensamiento económico: *constitutiva*, *heurística*, *pedagógica* y *poética*.

La metáfora socialmente exitosa es pertinente y relevante; la iconicidad de la misma reside en permitir una riqueza de asociaciones nuevas a partir de intuiciones y conceptualizaciones convencionales accesibles fácilmente

para la comunidad de hablantes. La iconicidad también se refiere al contenido ideológico implícito, que puede tener un efecto persuasivo en el AD/R, sin que este efecto sea advertido por él a causa de la facilidad de su comprensión.

Por ello, también es relevante la distinción que propone Steen (2011, 2013) en el nivel de la enunciación individual, entre metáforas y metonimias *deliberadas* (intencionales) y *no deliberadas*. En primera instancia, la función pragmática de la metáfora en la comunicación se realizaría cuando haya una intención comunicativa del hablante, el que elige conscientemente qué metáforas utilizar, cuáles evitar y cuáles *inventar*, y cuándo abstenerse de usarlas. Si en el discurso siempre se puede presuponer una finalidad ilocutiva en el hablante, el autor postula que es concebible que la única metáfora que «existe» en el nivel discursivo —es decir, con efectos en este nivel— sea la metáfora deliberada (Steen, 2013). Si el nivel lengua/mente de la clasificación nos acerca a responder la pregunta, ¿cómo funciona la metáfora creativa?, el nivel discursivo/funcional nos sirve para dilucidar el porqué del empleo y la creación de las metáforas nuevas por parte de los hablantes. Steen entiende la metáfora creativa como una manifestación típica de la metáfora deliberada y caracteriza esta última por la «*función comunicativa intencional* que permite un *desplazamiento en la perspectiva* desde el dominio temático a un dominio aparentemente sin relación que, de cierta forma, ilumina el tema de un modo distinto» (Steen, 2008, citado en Nacey, 2013, con énfasis añadido).

Por lo demás, el *estilo*, es decir, la *elección* y *variación* lingüística que depende de la comunicación, el tema, el medio y la audiencia constituyen un dato importante si se quiere dar cuenta de la variación interna dentro del género periodístico (Kövecses, 2009, p. 12). En otras palabras, se puede esperar que por lo menos una parte de la innovación metafórica y metonímica en este género sea por causa de consideraciones de estilo y otras exigencias relacionadas con el contexto particular. La presunción de intencionalidad —una cierta conciencia metalingüística— es una apuesta segura dentro del medio de comunicación que llamamos *prensa escrita*, en

el que los elementos retóricos se utilizan para transportar contenidos en un espacio limitado. Serán, entonces, metáforas que cumplen funciones más o menos ulteriores.

### 3.3. La función y el lenguaje figurativo

Antes de comenzar a discutir la función que cumplen las metáforas en la economía y en la prensa especializada, es pertinente recalcar que la función lingüística y el significado contextual de las metáforas son dos caras de la misma moneda. La orientación de un enunciado hacia una cierta finalidad distingue a este enunciado de su «gemelo» puramente referencial (Herrera-Soler y White, 2012). Por esta razón, es fundamental para un estudio onomasiológico detenerse en el espacio pragmático para describir y delimitar las distintas funciones que puede cumplir un enunciado el uso, las cuales —como lo explicita el modelo de integración conceptual pragmático de Brandt y Brandt que hemos expuesto en 1.3— equivalen a matices de significado añadido a los enunciados concretos. Esta distinción entre lo referencial (denotacional) y no referencial (connotacional) opone los «aspectos descriptivos de expresiones léxicas» al «valor *emotivo, estilístico o discursivo*» (Geeraerts, 2002, p. 3), y nos recuerda las intenciones *ilocutivas* y *perlocutivas* que distingue la teoría de Austin.

Los actos perlocutivos implican efectos sobre los AD/R, ya sea en su comportamiento, sus creencias, o sus emociones, e incluyen actos como «asustar, insultar y persuadir» (Crystal, 2008a, p. 358), mientras que el acto ilocutivo no requiere de un efecto concreto en el AD/R para ser exitoso, sino que basta con que este reconozca el acto comunicativo en sí. En este sentido, como exponemos más abajo, la intención perlocutiva constituye una intención *ulterior* del emisor respecto al receptor. Y, como sugerimos arriba, a veces el éxito de la intención perlocutiva depende de que no se le reconozca como tal.

A partir de las diversas propuestas se puede resumir que destacan dos macrofunciones: la *función cognitiva* (Fuentes Olivera *et al.*, 2002; Samanie-

go Fernández, 2002; Goatly, 2007; Herrera-Soler y White, 2012) y la *función ideológica* (Goatly, 2007), pero no está claro cuál de las dos funciones predomina en este tipo de discurso. Arriba hemos argumentado que es posible que una metáfora desempeñe en el discurso varias funciones a la vez. La problemática de las funciones, entonces, ofrece una manera de responder al debate filosófico sobre si debe considerarse la metáfora meramente como fenómeno retórico, o como esencial para conceptualizar las realidades. Para la lingüística cognitiva, la respuesta es sin lugar a dudas: *ambas*.

La función cognitiva opera en un nivel básico (abstracto) de conceptualización, que desde el inicio ha estado al servicio de estructurar los principios fundamentales de la disciplina económica. Las metáforas constituyen así uno de los cimientos del instrumental conceptual de la economía, lo que se ve reflejado en la vasta base metafórica de la terminología de la materia. Tiende, empero, a subvalorarse frente a la *función comunicativa* en los estudios de las metáforas en este medio (Herrera-Soler y White, 2012, p. 3). Pese a esta subvaloración, es evidente que la metáfora en la economía, como toda otra estructura de lenguaje, cumple una función cognitiva esencial, pues precisamente el pensamiento abstracto se haría imposible sin poder recurrir a dominios fuente concretos para estructurar el pensamiento económico (Richardt, 2004, p. 145). Se propone también una distinción entre «*metáfora creativa* y la *educacional* o *didáctica*» basada en estos términos funcionales:

A la primera pertenecerán los neologismos metafóricos que tienen una función cognitiva y a la segunda los que tienen una función comunicativa, tanto dentro del propio dominio de especialidad como fuera de él. Esta distinción es importante porque los términos nuevos sólo se producirán a partir de los Modelos Cognitivos Idealizados que desempeñan un papel en la parte creativa del conocimiento, reservando para la parte comunicativa elaboraciones o extensiones con valor contextual. (Fuertes Olivera et al., 2002, p. 117)

Se puede apreciar lo cognitivo y comunicativo/ideológico funcionando en tándem en la famosa metáfora de la *mano invisible* de Adam Smith, una metáfora ontológica conceptualizadora que aporta un dominio fuente concreto y es claramente figurativa para el AD/R (Herrera-Soler y White, 2012,



p. 3). Esta conceptualización tiene, además, efectos ideológicos y comunicativos, pues genera implicaturas invitadas, cuando no necesarias, respecto del orden intrínseco del sistema. En los términos de Charteris-Black (2009) que expusimos arriba, la «mano» de Smith —ya no «de Smith», sino, mediante la convencionalización, el patrimonio lingüístico de la humanidad, con todo el bagaje semántico que esto conlleva— refleja una mitología política arraigada. Al uso claramente retórico de la *mano invisible* para argumentar respecto del sistema económico subyacen funciones cognitivas procesalmente *previas*, pero igualmente disponibles en el momento de la enunciación para lograr efectos en el AD/R. Todo depende de este y del conocimiento que posea del contenido convencional de la expresión.

Hay un tercer nivel funcional que puede colocarse entre el cognitivo/conceptualizador y el comunicativo/discursivo: el nivel textual, de estructura informativa. Como podremos ver en la tabla 3.2 (p. 99), que exponemos más adelante, este nivel intersecta con ambos y comparte con ellos algunos efectos. La elección de metáforas organizadoras, ilustradoras y modeladoras, puede tener motivos *estilísticos*, *ideológicos* y *pedagógicos*, entre otros.

### 3.4. Efectos discursivos de la metáfora creativa

En este trabajo mantendremos que, mientras más original (no convencional), más *polifuncional* será la metáfora, pero por ello también más riesgosa, menos efectiva en cumplir las intenciones ideológicas del SP/W. Al contrario, una metáfora convencional tendrá efectos discursivos —en especial ideológicos— más intensos: no gatillará necesariamente procesos cognitivos de analogía, sino que a partir de resultados conceptuales ya «archivados» en virtud del arraigo mental de la metáfora, gatillará automáticamente las asociaciones respectivas en la mente del AD/R. Es una conceptualización que ya «triunfó». Reproducimos aquí un esquema de Goatly (2007, p. 29) (tabla 3.1) que evalúa la efectividad comunicativa de las metáforas en relación a su convencionalidad. Lo que Goatly llama *efecto como ideología* se subordina a la intención perlocutiva en el acto de habla. El *efecto como*

*metáfora* se refiere a que se gatillen procesos inferenciales que evoquen ambos dominios, fuente y meta, activados vívidamente en la mente del AD/R. El matiz de mayor o menor convencionalidad incide en la relativa importancia de las funciones de la metáfora en la prensa económica.

LENGUA	INTERPRETACIÓN	EFFECTO COMO METÁFORA	EFFECTO COMO IDEOLOGÍA
METÁFORA ORIGINAL	Compleja: debe resolverse la base de comparación y la meta	Máximo	Mínimo, por fugaz
METÁFORA CONVENCIONAL	Más simple: la meta se obtiene mediante desambiguación, las bases de comparación se ignoran	Mínimo	Considerable
LENGUA LITERAL	Relativamente directa	Cero	Máximo

**Tabla 3.1.** Efectos ideológicos e interpretativos de las metáforas originales y convencionales (Goatly, 2007, p. 29).

Si una metáfora convencional en el discurso tiene un marcado efecto ideológico —porque ha omitido los procesos cognitivos de comprensión del significado— y la intención ilocutiva se ha conseguido, la metáfora creativa deberá gatillar estos procesos para poder ser entendida en absoluto.

Por lo tanto, no solamente predomina una función cognitiva, sino que la metáfora creativa con intenciones perlocutivas es *funcionalmente más compleja* que la metáfora convencional, y por ello más difícil de comprender. En este sentido, si la metáfora que «no se nota», que no está marcada como tal, es la más ideológicamente efectiva, puede entenderse la efectividad

de las intenciones perlocutivas en función de la monofuncionalidad, una cierta simplicidad en el procesamiento.

### 3.5. Niveles funcionales y metas perlocutivas

Aquí optamos por un esquema de clasificación (no taxonómica) para las funciones de las metáforas en el contexto económico que las asocia en el eje vertical con el grado de convencionalidad. Así podemos representar el efecto diferenciado que exhibe la metáfora en cada una de las funciones, o grupo de funciones, aquí descritas, dependiendo del grado de convencionalidad. La misma relación se expresa en Goatly (2007, p. 29), que compara los «efectos ideológicos e interpretativos» de metáforas convencionales y originales:

Puede que las metáforas originales tengan el mérito de desarmar categorías lingüísticas y culturales prefabricadas y las ontologías e ideologías que manifiestan, y de sugerir categorías nuevas. No obstante, porque son originales, son, por definición, excepcionales. Las metáforas convencionales, en cambio, no perturban en absoluto nuestros modos de percepción o de acción, pues se han extendido como una manera aceptable de conceptualizar e interactuar con la realidad. [...] El hecho de estar extendidas significa que pueden usarse para transmitir ideologías latentes —que las ideas y creencias son mercancías para nosotros, que comparamos y empleamos según nuestros deseos y necesidades—. Más aún cuando no se trata de una metáfora léxica aislada, sino de un patrón metafórico que comprende muchos ítems léxicos. (Goatly, 2007, p. 28)

Hemos visto que el autor relativiza el potencial subversivo de la metáfora creativa, que está fuertemente condicionado por las posibilidades de propagación de las mismas, es decir, su potencial de convertirse en mercancías de uso corriente en el mercado de las ideas y los conceptos. Desde esta perspectiva, la «subversión» metafórica que opera mediante la (re/des)conceptualización de ideologías asentadas es un proceso parcialmente diacrónico y se subordina a las reglas de los procesos de cambio lingüístico. La adaptabilidad de una creación léxica tiene que ver con la iconicidad y relevancia, su capacidad de adecuación al hábitat: el contexto y las condiciones

pragmasociales. Esta es una manera de interpretar la metáfora evolutiva de Croft (2000), que elaboramos en la sección 4.

<b>NIVEL</b>	<b>FUNCIÓN</b>	+ CONVENCIONAL	+ CREATIVA
<b>COGNICIÓN</b>	CONCEPTUAL	bajo	muy alto
	ORGANIZADORA	bajo	alto
<b>TEXTO</b>	ESTILÍSTICA	bajo	alto
<b>DISCURSO</b>	COMUNICATIVA	bajo	muy alto
	IDEOLÓGICA	muy alto	bajo

**Tabla 3.2.** Efectos de función y convencionalidad de las metáforas económicas.

La tabla 3.2 representa las funciones en el nivel ilocutivo: las intenciones más inmediatas, transparentes, que el lector está invitado a reconocer. La dimensión perlocutiva puede manifestarse en cualquiera de las funciones que se detallan aquí, en mayor o menor grado. Por ejemplo, la función conceptualizadora (que incluye lo que Goatly (2011) denomina «tapar vacíos léxicos», o catacresis, «explicar y modelar» y «reconceptualizar») puede estar al servicio de algún efecto perlocutivo ideológico, manipulador, o simplemente pedagógico. Bajo el nivel textual, la función organizadora («estructurar el texto», «aumentar la memorabilidad, la puesta en relieve y la informatividad») y la función estilística («decoración, disfraz e hipérbolo», «humor y juegos») se manifiestan muchas veces superpuestas en un enunciado, ya que reflejan la orientación al AD/R que suele estar presente en conceptualizaciones y las decisiones respecto de la forma que debe tomar el SP/W para comunicar un mensaje. La metáfora estilística puede tener alcances perlocutivos al ser utilizadas con el fin de «cultivar intimidad» o como «llamados metafóricos a actuar o a resolver problemas» (Goatly, 2011). La *ulterioridad* de los efectos a conseguir mediante el uso de

metáforas podría proyectarse sobre un tercer eje, pues está relacionada con la orientación intersubjetiva (también ideológica) de la función y refleja la direccionalidad del *organon* de Jakobson, que representa la dinámica de la comunicación desde el emisor al receptor.

Sería interesante un estudio a fondo sobre los tipos frecuentes de combinación funcional en los enunciados metafóricos, de economía u otros dominios. Por mientras, la multifuncionalidad observada en este trabajo se representa en la tabla 3.2 en la columna que corresponde a los *niveles*, que cubren varios tipos de funciones a la vez. Destacamos la función ideológica como la que se encuentra más fuertemente asociada con intenciones perlocutivas.

### 3.6. Ejemplos de polifuncionalidad

Un ejemplo que ilustra la polifuncionalidad lo ofrece Deirdre McCloskey cuando señala que la «metáfora maestra» de la economía *mainstream* es el modelo de la elección racional como la situación humana por esencia, «la maximización de una función objetiva sujeta a restricciones» (McCloskey, 1995, p. 48). La autora hace notar que puede parecer menos pintoresca que otras metáforas económicas, pero destaca que no por eso es menos metafórica: nos invita a pensar «como si» la gente común y corriente tomara en general decisiones racionales (McCloskey, 1995, p. 224). Se puede decir, entonces, que el efecto «subterráneo» de los discursos hegemónicos depende de que se hayan completado los procesos conceptualizadores y comunicativos en la mente del AD/R, convertidos en significado natural, mientras que las metáforas más visibles tendrán el efecto de reconceptualizar realidades de modos distintos al hegemónico, llamando la atención de este modo, o bien simplemente apuntando a la metaforicidad de expresiones convencionales mediante la reactivación de las mismas en el discurso.

Un ejemplo más, de la misma autora, es lo que se denominó el «giro matemático» del discurso económico durante los años 1930, que se ha

documentado bien (McCloskey, 1985, 1994, 1995; Mirowski, 1989b, 1994). Entonces, existió una elección explícita de nociones fundamentales de modelo, el uso de fórmulas y gráficos como métodos canónicos de modelar las realidades sociales y de «justificar el quehacer de la disciplina» (McCloskey, 1985). Al mismo tiempo que los economistas adoptaban herramientas que les permitieron generar conocimientos nuevos —la función conceptualizadora—, adquirirían prestados ciertos aires de exactitud y predictibilidad que han perdurado hasta hoy en día, que se transfirieron a esta figurativamente desde las matemáticas y se hicieron valer. Antes de este giro, los paradigmas metafóricos decimonónicos de la economía, que incluso hoy aportan las metáforas más tradicionales, fueron principalmente dos: la *física* y la *ciencia natural*. También cumplieron una función conceptualizadora importante al explicar la economía (al igual que el resto de la sociedad) o bien como un ente *mecánico*, o bien como un ente *orgánico* (Mirowski, 1994). Esta conceptualización sirvió para aportar un aire de inevitabilidad, predictibilidad y naturalidad a sus estudios. Los rastros de estos paradigmas perduran en dos metáforas conceptuales que todavía se mantienen muy actuales: la economía como un ser vivo que crece, se alimenta, se enferma en tiempos de crisis y es cuidada por expertos médicos que diagnostican, aplican tratamientos y remedios; la economía como una máquina compleja (o bien la mezcla de ambas: un organismo complejo) cuyos expertos son sabios, «ingenieros comerciales»<sup>2</sup> que la operan como si estuviera hecha de engranajes, motores, tornillos y tuercas. Son modelos que visibilizan, estructuran y explican pero que, convencionalizados, pueden ser puestos al servicio de discursos legitimadores de ideologías particulares.

<sup>2</sup> La expresión entre comillas es un título universitario real en las universidades de Chile. El currículum de ingeniería comercial puede considerarse equivalente al de administración de empresas.



## 4 Convencionalidad y creatividad

El uso repetido de las estructuras fomenta que los significados pragmáticos «pasen a convertirse en convencionales y a analizarse como polisemia semántica» (Traugott y Dasher, 2005, p. 1). La Teoría de selección de enunciados (*Theory of Utterance Selection*) de William Croft (2000) representa este fenómeno diacrónico de cambio como proceso complejo, con la metáfora creativa al centro de una serie de procesos de cambio colectivo en la lengua. Este modelo es un marco coherente y claro para integrar la diversidad de subprocesos cognitivos, lingüísticos y sociales, que pueden ocurrir sucesiva y/o paralelamente durante los macroprocesos de cambio. La visión pragmática sobre el cambio semántico que aportan Traugott y Dasher (2005) y Grondelaers y Geeraerts (2003) complementa el aspecto diacrónico del marco conceptual.

### 4.1. Muertos vivos: la Teoría de selección de enunciados

La Teoría de Croft (2000) pone la *convención* lingüística al centro del cambio lingüístico con un modelo evolutivo que divide el proceso en dos partes. Si la convención se establece gracias a la repetición sin variación del signo (*replicación normal*), la innovación ocurre mediante la *replicación alterada* de estructuras lingüísticas convencionales; es producida por un individuo de la comunidad de hablantes para cumplir ciertas metas sociales y comunicativas. El segundo paso en este esquema se denomina *propagación* y ocurre cuando la comunidad de hablantes selecciona —o bien rechaza— la estructura innovadora y la establece eventualmente, mediante la replicación normal, como una convención más. Croft cita una definición de convención como *regularidad de comportamiento* (por ejemplo, producir la cadena de sonidos *mariposa*), *parcialmente arbitraria* (¿por qué no *butterfly*,



como en inglés?), de uso común en una comunidad como recurso para resolver un *problema de coordinación recurrente* (Croft, 2000, p. 97).

La convención, «whether conforming to it, violating it, or establishing it, plays a key role in language use and in language change» (Croft, 2000, p. 7), está ligada tan de cerca con la innovación, que solamente pueden comprenderse bien —en los orígenes y las funciones de ambas— cuando se consideran en conjunto. Notemos que las definiciones de *creatividad metafórica* de uso en la lingüística cognitiva suelen reflejar que es inextricable de la convencionalidad, aunque por lo general esto se haga de manera implícita. Una de estas describe la creatividad como:

la producción y el uso de metáforas conceptuales y/o las manifestaciones lingüísticas de estas que sean novedosas o no convencionales (entendiendo que la novedad y la no convencionalidad son conceptos graduales, que van desde lo completamente nuevo y no convencional, pasando por lo más o menos nuevo y poco convencional y llegando hasta lo desgastado, arraigado y completamente convencional). (Kövecses, 2010b, p. 664)

Un aporte muy importante de la lingüística cognitiva ha sido reconocer la gradualidad de la convencionalidad, que puede ser mayor o menor dependiendo de factores como el arraigamiento cognitivo o la aceptación social, reflejada en su frecuencia de uso (ver 4.4). Además, el método cognitivista permite ordenar en una categoría radial la diversidad de definiciones de metáfora creativa y convencional.

Antes de que se acentuara el estudio de la metáfora conceptual convencional y cotidiana, solía enfatizarse el carácter inusual del fenómeno: esta distinción tajante entre metáfora muerta y metáfora «verdadera» se encontraba puesta en primer plano (Müller, 2008, p. 189ff.). Por ejemplo, Davidson describe el «elemento novedoso o sorpresivo de la metáfora» como «un rasgo estético integral de esta» y declara muerta la metáfora convencional, la que no produce efectos contextuales (Davidson, 1978, p. 37–38). Así, coincidiendo con Nietzsche, Davidson no distingue entre la metáfora muerta y cualquier otra unidad léxica convencional en la lengua. Otro tra-

bajo explica la distinción tradicional entre metáforas novedosas (o poéticas) y las convencionales muertas:

Metaphors begin their lives as novel poetic creations with marked rhetorical effects, whose comprehension requires a special imaginative leap. As time goes by, they become a part of general usage, their comprehension becomes more automatic, and their rhetorical effect is dulled. Nunberg (1987), citado en Shutova y Teufel (2010, p. 3256)

Al igual que Black, Nunberg las considera «muertas y psicológicamente indistinguibles de otras expresiones literales» (Nunberg, 1987, p. 198). También se ha sugerido que las metáforas activas serían solo aquellas «que no requieren de respiración artificial» (Black, 1993, p. 25): las que realmente son metáforas no requieren de reactivación contextual explícita y son también, en el fondo, las únicas dignas de estudio. Igualmente, Weinrich (1996, p. 328) declara que «solo la metáfora arriesgada [*kühn*] es una buena metáfora», agregando a la definición tradicional una nota normativa, y sigue: «mientras más arriesgada, mejor». Los matices pueden contemplarse mejor cuando se recurre a la herramienta metodológica cognitivista por excelencia, la categoría radial, donde la metáfora «fuerte, activa y poética» ha sido colocada en el centro como prototipo (Cameron, 2003, p. 61).

En contraste con las nociones tradicionales, entre los autores cognitivistas no figuran desacuerdos acerca de la naturaleza gradual, no binaria, de los fenómenos figurativos convencionales e innovadores (Kövecses, 2010b; Lakoff y Johnson, 2003; Müller, 2008; Stefanowitsch y Gries, 2006; Svanlund, 2007). Se reconoce que existen las metáforas muertas, pero son 1) solamente un extremo bien acotado de 2) un continuo de convencionalidad que se puede apreciar diacrónicamente, ya semasiológica, ya onomasiológicamente frente a sí mismas a través del tiempo, y sincrónicamente frente a expresiones diferentes, o fórmulas, relacionadas en polisemia, etc.

Por el contrario, una vez superada la oposición binaria viva/muerta, se ha vuelto dominante, casi exclusivo, el enfoque cognitivista sobre lo convencional de la metáfora, que insiste en la vitalidad conceptual de las expresiones metafóricas que parecen muertas: «but they are supposed to be as much

alive as their conventional companions because they are similarly grounded in active and vital conceptual metaphors» (Müller, 2008, p. 11). Steen, por ejemplo, estima que «el 99 % de todas las metáforas en el discurso parece corresponder a metáforas convencionales, no novedosas» (Steen, 2008, p. 227). Además, los resultados acumulados de varios estudios en corpus sugieren que las metáforas novedosas son inusuales, y que no serían importantes a la hora de describir la lengua común en el uso (Deignan, 2005, p. 40).

## 4.2. Procesos sociales de cambio semántico

Croft y Cruse (2004) retoman la noción de «la historia vital de una metáfora» y reconocen varios estadios diacrónicos en el desarrollo desde que es nueva hasta que se convencionaliza. Dentro de la Teoría evolutiva del cambio lingüístico —en gran parte una analogía de las teorías biológicas de la evolución de los organismos— el *ciclo vital* de una metáfora parte de la inepción o el *nacimiento*, que constituiría una instancia de innovación semántica individual. Si el uso convencional de una estructura de lengua corresponde a una *replicación normal* de la misma, la *replicación alterada* ocurre apenas el hablante introduce un cambio.

En la definición tradicional de convencional (por ejemplo, la que articula Kövecses más arriba) se echa de menos, por ejemplo, la distinción *usage vs. coinage* (Müller, 2008) que pone de relieve la diferencia entre la invención de una metáfora y su uso. Esta distinción es útil para distinguir los procesos *individuales* de creatividad, los pasos que da una metáfora creativa dentro del colectivo de hablantes. No es lo mismo innovar generando cambios nuevos a través de una replicación alterada (*coinage*), que difundirla (*usage*), aun cuando esto se haga a sabiendas de que se trata de una expresión no convencional. No es lo mismo inventar que reciclar; el proceso de acuñar metáforas nuevas implica realizar asociaciones conceptuales que no necesariamente están presentes cuando las mismas se vuelven a usar: cambia la forma de procesamiento cognitivo (Gentner y Bowdle, 2001;

Bowdle y Gentner, 2005). Sin esta distinción, que subyace los conceptos de selección y propagación que expone Croft, no es posible separar ambas realidades, que involucran procesos distintos y tienen distintas condiciones de ocurrencia y difusión. Pues también, como veremos más adelante, no todas las metáforas que se acuñan en el habla se propagan a otros hablantes (Traugott y Dasher, 2005), pues hay diversas condiciones simbólicas y de valoración social que se encuentran vigentes y determinan el uso.

Las condiciones de uso someten las estructuras de lengua a lo que Croft y Cruse llaman *deriva semántica*, que las aparta de su significado central, sincrónico. Eventualmente, esta deriva puede conducir las metáforas creativas a una pérdida del sentido metafórico y, finalmente, en un proceso de *selección de enunciados*, la comunidad hablante fija su uso convencional (Croft y Cruse, 2004; Croft, 2000; Musolff, 2010). Frente a estos resultados (al contrario de la opinión de Deignan y Steen expuesta anteriormente) los autores estiman que todavía hay mucho por descubrir sobre los mecanismos (más allá de las meras relaciones) de la metáfora y las diferencias en convencionalidad y novedad relativa. Añaden que «queda por hacer un estudio, independiente e igualmente interesante, de las metáforas novedosas» (Croft y Cruse, 2004, p. 206).

#### **4.3. La metáfora en uso: el *locus* del cambio semántico**

Este trabajo adopta explícitamente la tesis basada en el uso que sugiere Tomasello (2005), es decir, una visión funcionalista sobre el lenguaje. Esto presupone que el cambio semántico no puede explicarse solo mediante factores internos de la lengua-como-sistema (Croft, 2000), sino que en función «de presiones interaccionales y sociales (basadas en el uso) que motivan cambios en las convenciones del sistema de la lengua» (Evans y Green, 2011, p. 111) y, para ir aún más lejos, «la pragmática es el motor principal en los procesos de cambio semántico regular» (Traugott y Dasher, 2005). Por lo tanto, es provechoso y necesario incorporar una perspectiva pragmática (interaccional y social) al estudio de la creatividad, convencionalidad y

convencionalización metafórica. Es relativamente nuevo este acercamiento, que reconoce el papel que la metáfora y la metonimia en uso desempeñan en los procesos diacrónicos. No obstante, estos fenómenos en tanto procesos de cambio semántico aparecen ya en las taxonomías tradicionales de semántica filológica e histórica (Geeraerts, 2010). Estas taxonomías reconocen cierta regularidad en el cambio lingüístico, que está basado en los fenómenos semánticos figurativos y otros como la generalización y especificación (los clásicos *tropos*).

Traugott y Dasher (2005, p. 20) subordinan la taxonomía tradicional de cambios a dos principios funcionales, más generales que los cambios semánticos específicos: la *perspectivización* hacia el sujeto de la enunciación, «the speaker's imprint», o *subjectivación*, hasta llegar a la *intersubjetivización*, que contempla también la perspectiva del receptor; así como el anclaje ampliado, desde significados intraproposicionales hasta aquellos que abarcan el enunciado completo (ibid., p. 6). Respecto de ello, los autores postulan que, de manera análoga al cambio fonológico, que es regular, existen en el nivel *macro* ciertas regularidades y patrones, predecibles y unidireccionales, de cambio semántico. Estos dependerían de ciertos «principios superordenados del uso de la lengua», que serían independientes de otras condicionantes asociadas a las propiedades formales de las estructuras y de «los propósitos cognitivos y comunicativos para usar el lenguaje» (Traugott y Dasher, 2005). La *subjectivación* y posterior *intersubjetivización* son procesos que reflejan la orientación del SP/W hacia el hablante, el contexto y las relaciones sociales mediadas por el uso exitoso de la lengua. En cambio, el nivel *micro*, donde se ponen en juego los procesos específicos, exhibe un tipo de variación particular, efecto de las condicionantes mencionadas: las formas de la lengua en cuestión, parámetros específicos del contexto y los participantes en la situación de habla.

El reconocimiento de estos principios más generales justifica y exige de los estudios semántico-cognitivos que atiendan a la función e influencia que las metáforas ejercen en los procesos de cambio. *Subjectivación* e *intersubjetivación* acusan la tendencia universal de un hablante a 1) expresar

una opinión o sentimiento individual y 2) comunicarla: que la expresión de sus opiniones y sentimientos sea reconocida dentro de la comunidad de los hablantes. En este orden de sucesión, demuestran ser etapas decisivas para explicar cómo se originan las convenciones lingüísticas a partir de las metáforas y metonimias creativas. En otras palabras, este enfoque sobre el *uso* nos ayuda a modelar la *vida* o *carrera* de la metáfora como un proceso diacrónico compuesto de procesos sincrónicos sucesivos hasta alcanzar la convencionalización del uso.

En este proceso toman protagonismo las implicaturas pragmáticas que se producen durante la comunicación, junto con «la microdinámica de la innovación semántica»; «se ejecuta» en la actividad misma del habla «un proceso sincrónico que origina una variación constante...estrategias y procedimientos de innovación semántica, relacionados con una necesidad comunicativo-expresiva» (Nerlich y Clarke, 1996, citados en Traugott y Dasher, 2005). La Teoría de inferencias invitadas en el cambio semántico (IITSC por *Invited Inferencing Theory of Semantic Change*) se resume de esta manera:

Historically, there is a path from coded meanings (Ms) to utterance-token meanings (IINs) to utterance type, pragmatically polysemous meanings (GIINs) to new semantically polysemous (coded meanings). According to this approach, **pragmatic implicatures play a crucial bridging role in semantic change**. The system change known as «semantic change» is on this view the result of SP/Ws and AD/Rs negotiated meaning. (Traugott y Dasher, 2005, con énfasis añadido)

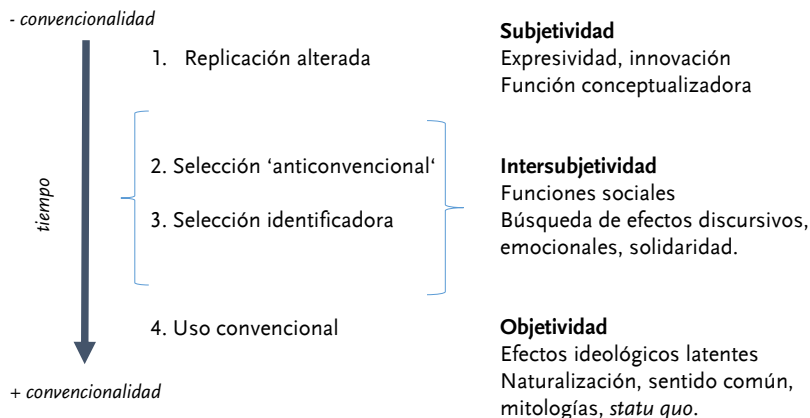
Nótese que el modelo toma como punto de partida un significado preexistente, ya codificado (Ms), el cual adquiere un significado más elaborado y específico en el enunciado particular (IINs). Es decir, el primer paso es un vuelvo *antigramaticalizante*, si se quiere, pues en este modelo el hablante es el gran iniciador del cambio y tiene la capacidad de innovar. En la ejecución del proceso de comunicación se va construyendo la relación entre lengua como código y lengua como uso, en la que SP/W y AD/R «interactúan para negociar el significado, tanto reaccionando frente al contexto como creando, con la lengua, contextos nuevos» (ibid., p. 6–7). Poco a poco, las

implicaturas pragmáticas individuales se generalizan (GIINs) hasta volverse, eventualmente, parte de la semántica de la unidad simbólica. Aunque se tiende a concebir la relación de interlocutores como algo simétrico, en la práctica es el SP/W quien tiene la posibilidad de elegir los signos del enunciado y de innovar (ibid., p. 34ff.), por lo que resulta más influyente en definir significados que el AD/R, aunque este último siempre deberá suplir la restante indeterminación del enunciado y, en caso de aceptar la innovación, reproducir la estructura nueva en situaciones futuras de uso.

En la figura 4.1 (p. 111) se ponen lado a lado la Teoría de inferencias invitadas en el cambio semántico (Traugott y Dasher, 2005) y la Teoría evolutiva del cambio semántico Croft (2000) para ilustrar la compatibilidad fundamental de ambos modelos, así como las perspectivas complementarias que aporta cada una. Básicamente, la Teoría evolutiva describe cuatro pasos/estadios desde la innovación semántica hasta el uso convencional (columna izquierda) y la Teoría de inferencias invitadas elabora la lógica pragmática que motiva el cambio en cada paso (columna derecha, en negritas). Añadimos a la ilustración algunos elementos adicionales que provienen de otras teorías para describir fenómenos y tendencias asociadas a la subjetivación, intersubjetivación y objetivación.

A lo largo de los cuatro pasos de la Teoría evolutiva se ejecutan cambios pragmáticos. En el primer paso, la replicación alterada, es donde ocurre la innovación, que está sujeta a ciertas funciones generales del lenguaje como actividad o uso individual y subjetivo (algunas de las cuales se representan en la columna derecha). La innovación metafórica ocurre fundamentalmente porque existe un referente nuevo, que carece de conceptualización previa, o porque un hablante busca expresar la propia subjetividad de un modo divergente, ya sea porque no encuentra una expresión convencional adecuada, porque quiere desafiar la conceptualización convencional, o porque desea llamar la atención a la expresión mediante una dicción inusual y llamativa.

Tras la innovación, el receptor tendrá que reconstruir las inferencias que, en términos de Traugott y Dasher (2005), un enunciado innovador



**Figura 4.1.** Cambio semántico según la Teoría evolutiva del cambio lingüístico (Croft, 2000) y la Teoría de la inferencia invitada en el cambio lingüístico (Traugott y Dasher, 2005).

*invita* a generar (IIN, o inferencias invitadas). Asociados a este primer paso están los procesos individuales formales/conceptuales de asociación o integración que dan lugar a la estructura nueva en la mente del hablante innovador. Estos procesos dependerán del tipo de innovación del cual se trate. En el caso particular de las metáforas y metonimias innovadoras, la innovación semántica se produce a partir de procesos de integración conceptual de espacios mentales.

En el segundo paso, las condicionantes de replicación son de naturaleza social, compartida. Cuando un enunciado innovador se selecciona *in vacuo*, esto puede deberse a la relevancia para el individuo usuario de lengua, como cuando un AD/R «reconoce las propias experiencias» en una expresión innovadora. Traugott y Dasher ponen como ejemplo la expresión inglesa *the millennium-bug* para referirse al formato de la fecha que iba a causar problemas en los computadores a partir del año 2000 (Traugott y Dasher, 2005, p. 2). A pesar del carácter individual de la replicación, también debe reconocerse su valor intersubjetivo. Un signo solamente podrá constituirse como convención si adquiere un valor social simbólico y lo-



gra convertirse en saliente dentro de la comunidad, cuyos miembros se encargarán de reproducirlo. Esto equivale a asimilar las GIINs (inferencias invitadas generalizadas), inferencias cristalizadas, que están asociadas a una comunidad específica. De este modo, la interpretación pragmática del signo estará privilegiada por el grupo, pero la expresión sigue disponible para ser usada en el sentido convencional (ibid., p. 16).

El tercer paso, la selección identificadora, pone en juego la capacidad de la estructura para ejercer una función social entre comunidades o subgrupos de una comunidad mayor. Aquí entran en juego las nociones de prestigio, identidad y alteridad, además de la noción pragmática de relevancia y otros criterios semánticos que constriñen el cambio. Croft (2000) destaca el rol del poder y la solidaridad en generar distintos tipos de cercanía y distancia entre los hablantes. En el caso de la conceptualización «competitiva», donde dos o más grupos dentro de una comunidad de hablantes buscan establecer un término convencional propio, es probable que ambos resulten establecidos en sus grupos respectivos, pero que se mantengan como alternativas en la comunidad en su totalidad. Para que uno de los dos términos resulte «vencedor», se requiere de una masa crítica en la comunidad que lo valide, use y reproduzca de forma consistente, siendo el «empate» un resultado posible. (Remitimos a la sección 12 para ejemplos de este tipo de competencia entre metáforas.)

Juntas, la pragmática y la semántica pueden describir el proceso semiótico desde el origen del enunciado en la mente del SP/W hasta la reconstrucción por parte del AD/R. La semántica cognitiva se concentra en describir los procesos y la naturaleza conceptual del sistema semántico; la Teoría pragmática de la relevancia, en cambio, lo hace en las intenciones y presuposiciones de los interlocutores al derivar inferencias durante el proceso comunicativo (Evans y Green, 2011, p. 465). Si «la estructura de la lengua emerge del uso» (Tomasello, 2005, citado en Evans y Green, 2011, p. 5), el fenómeno de la innovación metafórica suele ser el primer paso de un proceso de cambio semántico y el origen tanto de regularidades como de cambios en todos los niveles del sistema de signos. Croft (2000) habla de

la lengua en uso como una *interfaz* que media entre «las convenciones lingüísticas (aspectos del uso que hacen de la lengua algo estable) y los mecanismos que resultan de una desviación en la convención y dan como resultado el cambio lingüístico» (citado en Evans y Green, 2011, p. 109). Por lo tanto, por el acercamiento funcional al lenguaje y gracias a la premisa de que el conocimiento lingüístico emerge de los patrones de *uso* de la lengua (Evans y Green, 2011, p. 108; Tomasello, 2005, p. 5), el acercamiento cognitivo con nociones pragmáticas es un marco idóneo para enfrentar preguntas respecto del impacto que tiene la creatividad lingüística (vía las metáforas) en la lengua como sistema.

Grondelaers y Geeraerts (2003) desarrollan un modelo lexicológico que aplica de manera explícita el enfoque del uso hasta aquí descrito, con la ventaja adicional de hacer más fácil el análisis de estos fenómenos en ejemplos específicos de uso. Distinguen críticamente entre dos interpretaciones de la onomasiología, una estructural y estática, asociada a la lingüística estructural en la aproximación al significado conceptual como espacio semántico, y otra pragmática y dinámica, enfocada en «the actual choices made for a particular name as a designation of a particular referent» (ibid., p. 68–69). La interpretación estructural agrupa y describe las relaciones entre las distintas expresiones (metafóricas) que hay para un concepto, mientras que la pragmática estudia los factores que determinan las opciones de los hablantes sobre qué expresión utilizar (ibid., p. 70). Exponemos esta propuesta a continuación.

#### **4.3.1. Condiciones de convencionalización**

Para elaborar sobre los factores que condicionan la convencionalización, vale la pena retomar el principio de *coordinación*, que rige la comunicación dentro de la sociedad (Croft, 2000, p. 96–104). La coordinación se asocia fuertemente con la convención: para cooperar es útil ponerse de acuerdo de antemano y respetar los acuerdos en la lengua, usar palabras y expresiones conocidas. Pero también puede alcanzarse la coordinación con recursos

no convencionales, lo cual es mucho más frecuente en la lengua de lo que se tiende a pensar. Por ejemplo, se puede explotar la *saliencia compartida, perceptual y/o cognitiva*, para utilizar signos nuevos que el interlocutor sea capaz de reconocer fácilmente. Croft pone como ejemplo una habitación de la casa que comparte —inferimos— con su pareja, habitación que bautizó como *CD room* a pesar de que en esta había también archivos, libros y discos de vinilo. Dice, «la saliencia perceptual y cognitiva de esa descripción de la habitación» hizo que la expresión se convirtiera «en parte de nuestro lexicón personal, una convención compartida por los dos» (Croft, 2000, p. 100). La saliencia compartida resulta clave para que tengan éxito las metáforas creativas, pues aprovecha las asociaciones «naturales» para apoyar los procesos de comprensión. Además, tienen excelentes posibilidades de propagación si perspectivizan algo que, una vez *visto*, es imposible de negar en realidad: es la función conceptualizadora como *highlighting*.

Además de la saliencia compartida, Barcelona (2011) menciona «principios específicos culturales, social-interaccionales o estéticos» que pueden favorecer la convencionalización de la metonimia, y agrega la sanción social como factor relevante. Hace un aporte interesante al mencionar otros «principios generales cognitivos y comunicativos»:

The conformity of the metonymy in question to one or more of the default high-level patterns or types of metonymic mappings [and] the number of general cognitive and communicative principles favoring default types of metonymy. (Barcelona, 2011, p. 35)

Las metonimias más abstractas que Barcelona menciona aquí serían patrones reconocibles que funcionan como guías, EL TODO POR LA PARTE, LA PARTE POR EL TODO, EL PRODUCTOR POR EL PRODUCTO, EL CAMINO POR LA META, etc. También menciona oposiciones binarias que privilegian el primer término: HUMANO/NO HUMANO, CONCRETO/ABSTRACTO, GESTALT CLARA/GESTALT POCO CLARA, etc. (Barcelona, 2011, pp. 34–35). Esto es parte de aquello que Musolff denomina «imagería de fondo» en la cultura universal (Musolff, 2010, p. 10).

De manera similar, según Grondelaers y Geeraerts (2003), las condiciones estructurales (*saliencia estructural*) y sociales que fomentan ciertas lexicalizaciones de contenidos conceptuales (*mecanismos preferentes de lexicogénesis*), por sobre otras, serían las siguientes:

1. El grado de prototipicidad del referente con relación a la estructura semasiológica de la categoría (*saliencia > semasiológica*).
2. El arraigamiento onomasiológico de la categoría del mismo nombre (*saliencia onomasiológica*).
3. Elementos contextuales de naturaleza clásicamente sociolingüística (geográfica, estilística, etc.). (Grondelaers y Geeraerts, 2003, p. 71)

El primer punto se refiere a la relación de un ítem léxico con el resto de los ítems en la categoría a la que pertenece. En otras palabras, que la selección que un hablante haga de la «etiqueta» que utilizará para un referente dado, como la elección de la metáfora —*búnker fiscal* o limbo fiscal, por ejemplo— dependerá de que esta etiqueta sea «un miembro destacado de la categoría que denota el ítem» (Grondelaers y Geeraerts, 2003, p. 74). En este caso, creemos que es claro que BÚNKER es un miembro más central de la categoría ESTRUCTURAS BLINDADAS y que LIMBO, por el contrario, es un miembro más bien marginal de la categoría NIVELES DEL INFIERNO. Esta última es, por lo tanto, más «rebuscada», menos saliente y tiene menores probabilidades de ser comprendida y elegida por sobre la otra, según este criterio.

El segundo criterio se refiere a la relación entre esta «etiqueta», el ítem léxico, y la categoría conceptual. Mientras más establecida esté esta relación conceptual, mayor será la tendencia del hablante a utilizar el término, aunque esto implique extenderlo más allá del centro prototípico. Los autores ponen como ejemplo dos términos posibles para una prenda de vestir, que, por sus características de confección podrían clasificarse igualmente dentro de la categoría *topje* (camiseta sin mangas) o *blouse* (referente al corte y material de confección), pero son consistentemente llamadas *blouse*, por

ser este término el más establecido conceptualmente en la comunidad de hablantes (Grondelaers y Geeraerts, 2003, p. 77).

Del tercer criterio destaca el *prestigio* como fuerza que puede influir en la elección de expresiones por parte de los hablantes. Este prestigio puede corresponder con los grupos hegemónicos, o puede ser el prestigio encubierto de grupos de menor poder, pero cuya membresía corresponde a un acto deliberado de identidad y posicionamiento en la escala social. Otro factor que motiva a un hablante a adoptar códigos no convencionales tiene que ver con la voluntad de «acomodarse» al contexto o al interlocutor, imitando el estilo de habla (ibid.). Mediante este tipo de selección, una comunidad o grupo más pequeño y menos hegemónico puede practicar el uso político o contraideológico de la lengua, con efectos discursivos importantes.

#### **4.3.2. Convención y discurso ideológico**

Con el tiempo y el uso las expresiones —previamente marcadas de metafóricidad, subjetividad y/o ideología— pueden pasar a formar parte del léxico, incluso a reemplazar otras alternativas o sinónimos en la lengua. Este sería el cuarto paso de la Teoría evolutiva del cambio lingüístico. Al final, después de haber sido uno de varios sentidos de una expresión polisémica, el significado originalmente metafórico o metonímico se establece como el principal y más saliente. Si bien el modelo de Traugott y Dasher no declara la *objetivación* como proceso de cambio, sí sostenemos que la *deriva semántica* en que una marca metafórica, (inter)subjetiva o ideológica, se debilita con el uso, equivale a una *objetivación*: la estructura convencional, codificada, se percibe como una denominación *neutra*, algo que también se ha denominado *naturalización*. En la economía se encuentran muchos ejemplos de esto.

Como señalábamos en nuestra exposición de las funciones lingüísticas, a mayor convencionalidad de una expresión, mayor es la capacidad que tendrá de transportar ideologías sin ser detectada: el conocimiento «sancionado o legitimado como verdadero mediante el discurso y mediante la

lengua que utilizamos tiene una tendencia a adquirir la apariencia de sentido común objetivo» (Goatly, 2007, p. 21). Otros autores señalan incluso que se puede inducir una «miopía cognitiva» en la comunidad hablante, al «sobreenfatizar ciertos aspectos de la realidad y descontar otros» (Schön, 1993, citado en Partington, 2006, p. 271). El proceso de convencionalización conlleva, entonces, un proceso de *naturalización* y las ideologías —ahora latentes— permiten justificar *regímenes de verdad* (Foucault) que funcionan para mantener las relaciones de poder en la sociedad (Goatly, 2011, pp. 26–27). Citando a Barthes (1962) y Fiske (1996), el análisis crítico del discurso le ha puesto la etiqueta de *exnominación*:

By assuming an apolitical status the exnominated (majority) group achieves its political ends without needing to justify itself, or them. Similarly, the assumption that the status quo is neutral is an exnomination made possible by our cultural frames. (Lakoff, 2000, p. 54)

Cuando una expresión pierde su metafóricidad o la metonimicidad, pierde también un indicador (o marca) que invita a crear inferencias respecto del carácter expresivo, relativo o subjetivo, de la expresión. Se acepta el término como signo arbitrario y no se cuestiona; se percibe como objetivo. Como ya hemos visto, el sentido común que se configura se denomina *mitología política* (Charteris-Black, 2009). En la última parte de este trabajo (sección 12) se describe la *pedagogía monetarista* de la década de 1980 en Chile, un discurso concertado que utilizó un nuevo lenguaje económico para invisibilizar alternativas al capitalismo neoliberal y al modelo social correspondiente, con una sociedad civil más despolitizada de lo que estuvo en la década de los 70. Veremos también algunas estrategias de contradiscurso, con tácticas de rebeldía lingüística que involucran estrategias de de-exnominación y subversión conceptual, entre otras.

#### 4.4. Convencionalidad y novedad: dimensiones de un continuo

En esta sección presentamos varias propuestas para identificar cuáles son las dimensiones de lengua en que se manifiesta la convencionalidad, y qué parámetros sirven para medirla. Con la teoría base como punto de partida, el potencial creativo de la metáfora conceptual se elabora someramente en Lakoff y Johnson (2003) y de forma un poco más extensa en Lakoff y Turner (1989). En términos de operacionalización, los autores aportan la noción de *entrenchment*, o ‘arraigamiento cognitivo’ y las relaciones entre metáfora conceptual (*mappings*) y las expresiones que los manifiestan, como factores medibles para determinar la convencionalidad de una metáfora conceptual o patrón metafórico. Hay también regularidades léxicas observables que constituyen una muestra de los patrones conceptuales convencionales en la lengua (Svanlund, 2007).

##### 4.4.1. *Entrenchment* o arraigamiento cognitivo

Para operacionalizar el arraigo cognitivo con pruebas cuantitativas de convencionalidad, Svanlund, aborda la convencionalidad como «un problema empírico» y aplica el concepto de *fuerza metafórica* (*metaphorical strength*) para calificar «cuán fuertemente» ciertas expresiones «estarían realmente manifestando un patrón conceptual particular y activando asociaciones de un dominio fuente específico» (Svanlund, 2007, pp. 51–53). Una gran fuerza metafórica indicaría una alta convencionalidad conceptual. Este parámetro depende de cuatro variables. 1) La *amplitud de activación*, un parámetro semasiológico, involucra lo que Goatly (2007) llama *multivalencia*, o la polisemia metafórica que posee un dominio fuente. Ejemplo de ello puede ser el dominio fuente FUEGO, que puede referirse al dominio meta AMOR, o a IRA: es bivalente. Esta variable puede definirse con el apoyo de estudios de colocaciones en el corpus. 2) La *frecuencia de activación* metafórica de una expresión dada, en función de la frecuencia bruta vs. la frecuencia

en la lengua. Una alta frecuencia de activación revelaría una alta convencionalidad y fuerza metafórica. Por obedecer a un criterio semasiológico, también esta variable puede resolverse técnicas cuantitativas de corpus. 3) La *intensidad de activación* mide la vivacidad de las asociaciones establecidas, lo cual requiere de estudios neuro o psicolingüísticos para constatarse (Svanlund, 2007, p. 55ff.). Es un criterio equivalente a lo que Grondelaers y Geeraerts (2003) proponen como OCV (*onomasiological cue validity*), que puede derivarse de otros parámetros, semasiológicos. 4) La *coherencia de activación* guarda relación con la estructura original de la fuente. Mientras más intacta y completa se preserve la estructura del dominio fuente en sus manifestaciones, mayor será la coherencia, la fuerza metafórica y, por lo tanto, la convencionalidad del modelo metafórico conceptual. La coherencia puede, pero solamente en parte, determinarse con técnicas de corpus (Svanlund, 2007, p. 67).

Respecto de 3) y del criterio de *validez de la pista onomasiológica* (OCV), un referente (dominio meta) tiene una OCV alta cuando se asocia fuertemente con la categoría conceptual (dominio fuente) en cuestión (Grondelaers y Geeraerts, 2003). La OCV se calcula como «la proporción del número de veces que un ítem léxico se elige para nombrar un referente o conjunto de referentes en particular y la frecuencia total en el corpus de ese referente o conjunto de referentes» (Grondelaers y Geeraerts, 2003, p. 75). Por ejemplo, en castellano el *oasis fiscal* tiene una OCV muchísimo más baja que *paraíso fiscal*, porque predomina esta última en las referencias que se hacen al dominio meta, que en inglés se llama *tax haven* (o, cada vez más, *offshore center*). Existe una correlación entre ambos criterios: en un caso de alta OCV, la intensidad de activación metafórica —la vivacidad figurativa de la metáfora en la mente del hablante— será más baja, porque se trata de una expresión más convencional. Entonces, la gracia de la OCV es que nos permite inferir información onomasiológica de factores observables en el texto mismo (aunque sería muy útil contar con más estudios neuro o psicolingüísticos que puedan comprobar la solidez de estas inferencias. El



trabajo de Bowdle y Gentner (2005) discutido más abajo, aporta ya algunos indicios favorables).

#### 4.4.2. Procesamiento

La forma de procesamiento de la metáfora es otro factor que ocupa a la psicolingüística y la psicología cognitiva, cuyos resultados de investigación en torno al procesamiento de metáforas relativiza la postura teórica de que toda metáfora, sea convencional o novedosa, se procesa de la misma manera: *en línea*, interpretada siempre como metáfora. La CMT y los acercamientos asociados a esta,

Taken by themselves [they] give the impression that the task of metaphor understanding is to use the fullest analogy obtainable between the target and the parts of the source that the metaphorical expression uses, whether the analogy is known in advance, discovered from scratch, or partly known in advance and partly discovered from scratch. (Barnden, 2008)

Es crucial esta observación de Barnden, ya que desarma otro monolito importante de la CMT: la comprensión de la metáfora no es un solo proceso, sino una serie de procesos concatenados y/o parcialmente solapados que se integran en un esquema de procesamiento cognitivo.

Un estudio muy influyente acerca de la dimensión cognitiva en la «vida» de la metáfora, «The Career of Metaphor» (Bowdle y Gentner, 2005; Gentner y Bowdle, 2001), demuestra que la mente echa a andar procesos diferentes cuando tiene frente a sí una metáfora original, que cuando la metáfora es convencional, o muerta. Las autoras de la teoría establecen una correlación entre convencionalidad metafórica y modo de procesamiento conceptual, en respuesta a la tesis de la CMT según la cual toda expresión metafórica—novedosa o convencional— gatilla procesamientos analógicos automáticos.<sup>1</sup> Por el contrario, Gentner y Bowdle encuentran una tenden-

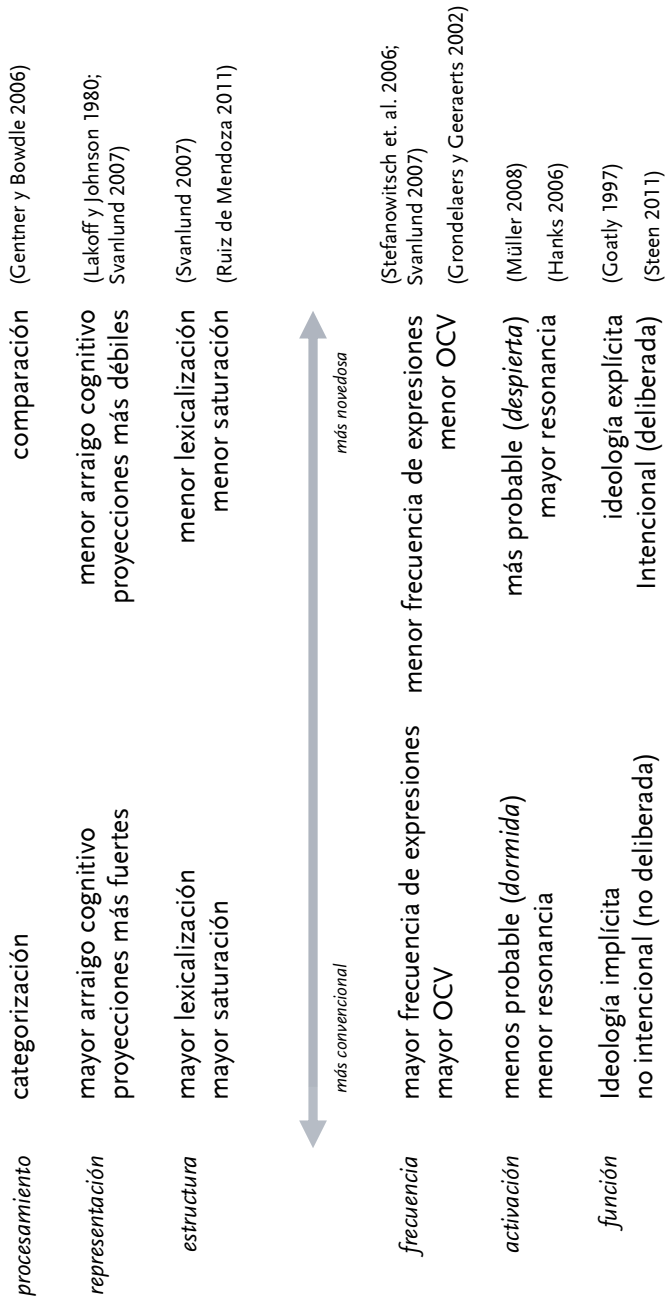
<sup>1</sup> Recordemos que esta concepción, a su vez, se opone a la tesis pragmático-generativa de que se trataría de un proceso indirecto de inferencias, gatillado por una lectura literal defectuosa (Bowdle y Gentner, 2005, p. 224).

cia de expresiones convencionales a procesarse como categorización literal (UN PARAÍSO FISCAL ES UNA CLASE DE PARAÍSO).

La comprensión puede producirse mediante procesos de *comparación* —buscar analogías entre fuente y meta e interpretar el enunciado según las correspondencias relevantes— y procesos de *clasificación*, donde el hablante gatilla un proceso que juzga A, la meta, como un tipo de B (es decir, clasifica A dentro de una categoría B, lo cual implica un paso que extiende el significado de B). A la inversa, las metáforas novedosas tienden a procesarse como comparaciones («la City de Londres *se parece a* un búnker»), proceso que involucra establecer asociaciones múltiples (inferencias invitadas) entre dominio fuente y meta, que reflejan la estructura de la metáfora conceptual, y que el AD/R elija entre ellas. La expresión convencional, en cambio, posee una categoría metafórica que se ha establecido como polisemia (Bowdle y Gentner, 2005, p. 228).

Una oposición a nivel de lengua que introduce Steen (2009), entre metáfora y símil como dos estructuras generales que predominan en la lengua, se sirve de estas conclusiones para sugerir una novedosa relación entre el nivel de lengua y el nivel conceptual. Mientras la metáfora puede inducir una interpretación *clasificativa* del enunciado, diciendo que A es un elemento del tipo de B, el símil realiza necesariamente una *comparación*: A es como B cuando se comparan a partir de ciertos criterios (*grounds*). Esto permite suponer que el símil siempre expresa metáforas deliberadas, por tanto tiene una metafóricidad indudablemente activada, que invita al lector a realizar comparaciones e inferencias. La metáfora  $A = B$  no permite adoptar esa suposición y la forma de procesamiento del enunciado no puede determinarse solo a partir de este factor. Otros estudios de colocaciones han reconocido correlaciones visibles y parámetros objetivables de convencionalidad vs. originalidad metafórica en las estructuras convencionales, relacionados con la existencia de patrones sintácticos y fraseológicos correlacionados con la metáfora, que aportarían datos acerca de la faceta conceptual de las expresiones metafóricas creativas (Deignan, 2006; Stefanowitsch, 2006).

LENGUA: MENTE Y SISTEMA



LENGUA EN USO



Figura 4.2. Parámetros de convencionalidad y creatividad en un continuo.

Otros criterios como la falta de derivaciones morfológicas, concreción en el significado, conciencia histórica y «una percepción de arbitrariedad y una tradición de acuerdo entre los miembros de una comunidad» (Goatly, 2011, p. 108) respecto de metáforas convencionales pueden considerarse a la hora de decidir casos ambiguos, pero son medidas difíciles de cuantificar y comparar en contextos diferentes.

En particular, el recurso a la comunidad de hablantes y a la competencia propia del lingüista es la herramienta más poderosa con la que contamos para resolver los casos que causen problemas de interpretación. En general, al determinar la convencionalidad absoluta de un enunciado y la convencionalidad relativa a otras expresiones o esquemas conceptuales no pueden ofrecerse respuestas definitivas. Puede ser, a lo más, una decisión bien informada. Por ello, la justificación debe estar basada en consideraciones detenidas de estos criterios y decidirse caso a caso, en lo posible, sobre bases empíricas y considerando el entorno contextual de los enunciados que se examinen.

Todos los parámetros se presentan en el diagrama de la figura 4.2. Por la mitad horizontal de la imagen se extiende una flecha bidireccional que representa el continuo de la metaforicidad y el hecho de que las expresiones metafóricas pueden colocarse en cualquier punto de este continuo.

Estos estudios parecen estar pavimentando el camino hacia la automatización del análisis del corpus orientado a responder estas preguntas. Sin duda, aunque desde el lado empírico es prometedor contar con este tipo de prueba, no abarca el problema completo de la convencionalidad. Solamente puede aplicarse a 1) metáforas conceptuales 2) que ya estén lexicalizadas hasta tal punto que puedan encontrarse en corpus —aun los representativos son por definición una muestra— en absoluto, o idealmente con alguna frecuencia mayor a 1.



## **Parte II**

# **Metodología y datos para el estudio**



## 5 Metáforas en el corpus

En esta sección se presentan las herramientas teóricas y técnicas que se utilizaron para recolectar y analizar las metáforas creativas. Gran parte del material teórico ha sido bien descrito en las secciones precedentes, por lo que aquí nos limitaremos a resumirlo y remitir a las secciones correspondientes. Luego, respecto de las técnicas mismas de análisis, explicamos cómo se llevó a cabo el análisis del corpus que arrojó gran parte de los ejemplos que analizamos. No obstante el trabajo de corpus, hemos de enfatizar que los datos de este estudio provienen de orígenes diversos y no solamente del corpus generado.

Con respecto a los modelos usados para describir nuestros resultados, adoptamos el modelo de integración conceptual de Fauconnier y Turner (explicado en 1.3) y una variante posterior del mismo que desarrollan Brandt y Brandt que analizamos en la sección 12. Los procesos y asociaciones internas se describen siguiendo a Barcelona (2011) y Urquidi (2015), que complementan este modelo. Los parámetros de convencionalidad que discutimos en la sección 4.4 se aplican en ejemplos puntuales como guía para estimar la convencionalidad relativa de los enunciados que analizamos.

Nuestras descripciones del proceso comunicativo de la metáfora conceptual se basan en la teoría pragmática, en particular el concepto de *inferencias invitadas* (Traugott y Dasher, 2005) y la integración semiótica en el contexto de uso (Brandt y Brandt, 2005). Aplicamos las nociones de función de las metáforas (discutidas en 2.3.2 y 2.3.3) a través del filtro de la teoría de los actos de habla de Austin (2009), las contemplamos en el contexto de uso, y elaboramos sus factores socioculturales y políticos desde la óptica del análisis crítico del discurso (que se ha descrito en 2.3.1).



## 5.1. Los estudios del corpus y la metáfora conceptual

Nuestro acercamiento a las técnicas de corpus tuvo como objetivo explotar las técnicas existentes para detectar el mayor número posible de metáforas (también metonimias, aunque en menor grado) en un corpus temático. Se ha cumplido nuestra expectativa de que los resultados de las búsquedas ofrecerían material suficiente para estudiar regularidades estructurales —con respecto a la estructura semántico-conceptual y léxica— y patrones de significado, los cuales puedan estar ligados con ideologías e identidades sociales de los contextos relevantes. Como el foco de este trabajo ha sido el elemento semántico/conceptual y pragmático/funcional de las metáforas creativas, hemos dejado el estudio detallado del polo estructural —el ángulo construccional— para proyectos posteriores. Este material se ha suplementado con los resultados de otros estudios empíricos y con otros datos encontrados durante el transcurso de esta investigación.

Existen dificultades fundamentales para el estudio sistemático de metáforas creativas en el uso, tanto en corpus de gran tamaño como en búsquedas manuales sobre los mismos. Para las búsquedas automáticas faltan criterios formales que permitan hacerla de un modo eficiente, ya que, en principio, las proyecciones conceptuales no se asocian con formas lingüísticas particulares (Stefanowitsch y Gries, 2006; Deignan, 1999): se puede innovar metonímica y metafóricamente con formas, estructuras y clases de palabras muy diversas. Por otro lado, trabajar con una búsqueda exclusivamente manual reduce notablemente la cantidad de enunciados que se consigue extraer para análisis y aumenta el riesgo de un sesgo de confirmación.

Las contribuciones que puede hacer el trabajo de corpus al estudio de la metáfora son importantes. Partington (2006, p. 268) destaca la función de *metáforas dominantes* en tipos específicos de discurso para acercarnos a las ideologías que en ellos predominan y a las intenciones de los interlocutores. Luego, una gran cantidad de datos auténticos y en contexto sirven para poner a prueba antiguas hipótesis y teorías sobre la metáfora para

otorgarles mayor validez, o bien descartarlas. Precisamente, es un objetivo de este trabajo el generar hipótesis sobre la diversidad de los mecanismos de creatividad metafórica: *cómo*, de qué manera se producen estos cambios. Para ellos es deseable contar con la mayor cantidad posible de ejemplos de metáforas creativas. Luego nos interesa el *porqué*: conocer qué presiones pragmáticas provocan la generación de metáforas creativas. Para responder a esta pregunta, la contextualización de los ejemplos de uso es crucial.

Varios autores destacan los resultados posibles cuando se combina la lingüística del corpus con «otros procedimientos más cualitativos y en profundidad, incluidas la intuición, introspección, e inmersión en un texto» (Partington, 2006) mientras se pueda verificar la validez empírica en instancias de uso real y contextualizado (Koller, 2006; Koller *et al.*, 2008; Stefanowitsch y Gries, 2006), lo que Deignan (1999) llama *intuición informada*. Refiriéndose a las deficiencias en la metodología tradicionalmente introspectiva de la lingüística cognitiva, Deignan va más lejos, aseverando que:

Es posible, incluso, que sea hora de restituir el equilibrio y comenzar nuevamente a trabajar con expresiones metafóricas individuales en textos de uso natural, yendo desde abajo hacia las implicancias teóricas, en vez de proceder desde la teoría para encontrar ejemplos de las expresiones que son necesarias para sustentarla. (Deignan, 2006, p. 106)

Todas las búsquedas automáticas generan resultados imprecisos, que deben filtrarse manualmente para descartar los usos no metafóricos. También deben efectuarse varias búsquedas diferentes para abarcar la mayor cantidad posible de ocurrencias de metáforas en los textos, todo ello sin poder llegar a una exhaustividad plena. Además, con una gran parte de la búsqueda realizada de forma automática, es imposible escapar a la necesidad de leer una gran parte del corpus para comprender el contexto y cotexto de uso. Con todo, no obstante la dificultad de identificar lenguaje creativo mediante búsquedas totalmente automáticas, se han desarrollado estrategias heurísticas de búsqueda que, si bien no logran garantizar precisión y exhaustividad de los resultados, sí logran obtener un número represen-

tativo de ítems relevantes a la pregunta (Stefanowitsch, 2006), para luego poder hacer el análisis en detalle de los resultados.

Por estas razones, nuestro primer acercamiento tentativo al género se realizó a partir de un número limitado de ejemplares impresos del periódico español, *El País*, más un par de *El Mundo* para controlar diferencias de estilo. Este análisis sirvió de base para concretar expectativas y elaborar criterios de búsqueda para confeccionar el corpus de búsqueda automática y refinar nuestra definición de las cuestiones a observar. Es importante señalar que, al tratarse aquí de un estudio cualitativo, donde el trabajo con corpus tiene el fin de identificar y describir fenómenos y no cuantificar o asignarles frecuencias, es permisible llevar a cabo el tipo de búsqueda no exhaustiva que detallaremos a continuación.

## **5.2. Identificación de expresiones metafóricas**

Tampoco es trivial la tarea de identificar metáforas en el uso que puedan colocarse a lo largo de todo el continuo, desde las más convencionales (no muertas) a las más atípicas, de manera que haya consenso entre un grupo diverso de hablantes. Por ejemplo, es esperable que un hablante del español con competencia nativa y un nivel típico de educación formal pueda identificar en un texto las metáforas prototípicas, pero habrá desacuerdo en la medida que los ejemplos vayan acercándose a la convencionalidad. Por esta razón, en el marco de intentos por elaborar un corpus de texto anotado manualmente con metáforas, se han desarrollado procedimientos para identificarlas, con el fin de que cumplan con criterios mínimos de intersubjetividad.

Si bien la palabra no es la única unidad lingüística que puede portar significados metafóricos o metonímicos, tomada como unidad mínima metafórica se usa con frecuencia en metodologías propuestas para la identificación en el texto. El MIP —Metaphor Identification Procedure (Praggle-jazz Group, 2007) — y de forma actualizada el MIPVU (Steen *et al.*, 2010) es un procedimiento para la identificación manual de metáforas en el texto,

con apoyo de diccionarios. Va de la mano con proyectos de anotación de corpus ingleses, como el *VU Amsterdam Metaphor Corpus*, de acceso público. En el desarrollo de este método se ha intentado maximizar la congruencia intersubjetiva: que el procedimiento, realizado en equipos de analistas sobre el mismo corpus dé resultados coincidentes. La actualización MIPVU se enfoca en la metáfora léxica. El procedimiento propone seis pasos/decisiones respecto de palabras en el texto, para clasificarlas como metáforas o no (Steen *et al.*, 2010). Este método deja al arbitrio de los diccionarios —concebidos como el conocimiento lingüístico de un hablante de inglés típico— la decisión sobre metaforicidad/literalidad de una palabra usada en contexto, pero el método también permite observar matices, entre literalidad (o metáfora opaca y muerta), el uso metafórico convencional en diversos grados de antigüedad, según el número de acepción en la entrada del diccionario, y las metáforas novedosas, no convencionales y ausentes en el diccionario.

Se ha demostrado que, muchas veces, la relación entre el supuesto contenido conceptual de una expresión metafórica se establece de modo arbitrario y poco objetivo y que, en muchos casos, se debe elegir una interpretación entre varias posibilidades. Lakoff (1993) ha comentado que los esquemas metafóricos «están, por definición, poco dispuestos a representarse como algoritmos» (citado en Koller (2006)). A pesar de estas dificultades, Steen (2001, p. 61) describe un procedimiento para establecer esta relación, partiendo de una identificación de la expresión metafórica y el foco (definido como «la expresión lingüística que se usa de forma no literal en el discurso», la identificación de una «idea» metafórica, y luego la puesta en relación/comparación/analogía del contenido literal con el foco. Para poder hablar de una relación entre una expresión con sentido metafórico (el producto de MIP/MIPVU) y el contenido conceptual de la misma, debe justificarse con datos que satisfagan criterios empíricos.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> «[T]he main original tenet of the cognitive-linguistic approach, that all metaphor in language requires on-line cross-domain mapping in thought, is in some difficulty, and has become an empirical question». (Steen, 2011, p. 8)

Desarrollar la CMT para incluir pruebas empíricas ha sido una de las tareas más destacadas de los investigadores asociados al grupo Pragglejazz. Más allá de que este método permita hacer intersubjetivamente válido el análisis y la anotación metafórica de textos, pone de relieve la función que cumplen los diccionarios, como repositorios del conocimiento lingüístico colectivo, en determinar la convencionalidad relativa de una metáfora. Aunque esta pueda parecer novedosa a un hablante individual, su presencia en diccionarios generales o específicos puede delatar si es que ya posee una historia significativa de uso. La documentación podría hacerse también por medio de un corpus de referencia —CREA, CORDE, incluso Google N-Grams— en un rol de *lexicón comunitario* (cfr. Croft, 2000, p. 109) para guiar la interpretación de la metaforicidad, que una hablante individual no podría conocer en su totalidad para la comunidad en estudio.

Contar con un corpus extenso y anotado al estilo MIPVU —que es el resultado de un trabajo de cientos de horas por parte de varios lingüistas competentes— tiene la ventaja de prefiltrar los datos y hacer visibles ciertas regularidades generales, a partir de criterios objetivados. Partiendo de esta base, puede refinarse la búsqueda en subgrupos que cumplan con ciertos parámetros, o comprobar hipótesis sobre relaciones entre contenido y forma a partir de estas búsquedas. Gracias a iniciativas como MIPVU, entre otras, es posible trabajar con corpus con anotaciones metafóricas en idioma inglés y holandés. Aún no existen proyectos por el estilo aplicados al castellano.

Desafortunadamente, de momento, la lingüística del corpus carece de métodos que sirvan para realizar una búsqueda automática exhaustiva de *todas* las metáforas y metonimias en textos. Se ha enfocado, por tanto, en el desarrollo de métodos heurísticos de búsqueda que exploten herramientas básicas como concordancias y listas de palabras para recuperar un número representativo de estas, y/o que ayuden a reconocer patrones formales de uso, generando hipótesis o formulando principios que puedan justificar criterios nuevos. De todas formas, estos acercamientos arrojan resultados interesantes, especialmente cuando consideramos que, si se quiere traba-

jar con grandes volúmenes de material, la única alternativa a ello son las búsquedas manuales —como MIPVU— que requieren de tiempo y mano de obra y que, a pesar de ello, limitan considerablemente el tamaño del corpus.

Un camino ha sido utilizar términos de búsqueda que hayan sido adaptados a partir de listas de palabras. Estas listas pueden provenir del mismo corpus, o ser externas a este, y pueden estar relacionadas con el dominio de origen, el dominio meta, o con ambos. En particular cuando se trata de textos referidos a temas especializados, como la técnica o la medicina, la política o los deportes, pueden resultar búsquedas muy productivas basadas en el vocabulario del dominio meta. La gramática de la metáfora, incluidas colocaciones frecuentes con adverbios como *like*, *as*, que con frecuencia introducen frases figurativas las metáforas (Deignan, 2006), patrones metafóricos basados en reconocer islas de vocabulario del dominio fuente en pasajes de texto dominados por vocabulario meta (Koller, 2006; Koller *et al.*, 2008; Stefanowitsch, 2006). Otros estudios apuntan a construcciones específicas típicamente asociadas a la metáfora en una lengua dada, como las secuencias de nombre-nombre, o *noun-noun sequences* (Portero Muñoz, 2011). Este tipo de estudios tiene la ventaja de poder contar fraseologismos, pero la desventaja de excluir construcciones que sean originales y, por lo mismo, no hayan sido así definidas *a priori*. Aun así, estos acercamientos formales desde las unidades lingüísticas, si bien tampoco pueden reclamar para sí la exhaustividad, sí permiten estudiar sistemáticamente un grupo específico de construcciones metafóricas en relación con la forma lingüística, en secuencias que hasta ahora se han asociado fuertemente con la innovación metafórica.



## 6 Corpus: orientación y selección

### 6.1. El tema: economía

Para un estudio de este tipo, se estima provechoso trabajar sobre un cuerpo de datos cuya temática sea lo más polémica posible, a la vez que abstracta. El carácter polémico garantiza que habrá muchas posturas distintas en cualquier discusión acerca de la problemática. El carácter abstracto del tema se presenta como oportunidad para que los participantes en la discusión intenten concretizar los argumentos que emplean mediante el uso de metáforas. En el discurso no experto sobre economía, como se manifiesta en los periódicos y en internet, se revela cómo las metáforas pueden servir para *hacer cosas* que tienen relevancia política y cultura. Es decir, la metáfora se devela aquí como herramienta de acción política.

Herrera-Soler y White (2012) contrastan dos definiciones de economía: la primera es de Samuelson y Nordhaus (1992), «Economics is the study of how societies use scarce resources to produce valuable commodities and distribute them among different people»; la segunda es de Marshall (1890), «a study of mankind in the ordinary business of life». Esta última nos recuerda que la economía es un asunto cotidiano para los seres humanos en todas las sociedades del planeta, y no tan solo una disciplina de consideración exclusiva en instituciones prestigiosas (Herrera-Soler y White, 2012, p. 2).

### 6.2. Medio y tipo de discurso

Los periódicos son una arena (escrita) de debate en la que una serie de posibles necesidades y funciones discursivas motivan el uso de metáforas deliberadas (o activadas). Estas funciones aportan el factor de representatividad que sustenta nuestra selección de textos de periódicos y revistas



(prensa escrita y *online*) para el corpus de investigación. Partington (2006) caracteriza los medios escritos como relativamente espontáneos y flexibles por tener un ciclo de publicación de varias horas. Además, «algunos tipos de escritura en periódicos (destacan aquí lo que se conoce como ‘opinión’ y ‘magazine’) exhiben novedad y variedad considerable en las expresiones. Como resultado, podríamos decir que muestran una mayor densidad figurativa que los informes noticiosos» (Partington, 2006, p. 284).

Sin duda, para estudiar la metáfora creativa, es necesario buscar en un corpus que documente un discurso dinámico. Los medios escritos son un género que contiene multitudes: se trata de un discurso polifónico, que en sí mismo contiene además otros géneros, como las cartas, el reportaje, la entrevista y el ensayo. Cabe destacar también la función que desempeñan los titulares de prensa de aportar una síntesis llamativa del contenido de las notas. La polifonía de este medio está dada por la presencia explícita (a través de citas y atribuciones) e implícita (mediante la reproducción no marcada de discursos hegemónicos o minoritarios) de voces de actores en la sociedad.

Koller (2006) destaca la polifonía del medio periodístico y la presenta en función de los modelos culturales y las identidades sociales de los autores, los cuales tienen una concepción clara del «lector modelo». Así, la selección de metáforas en cualquier género —y el periodístico en específico— se produce, en parte, adoptando los recursos cognitivos y discursivos comunes a la comunidad discursiva:

In [...] business media discourse, we are faced with the added complexity that journalists are likely to show a high degree of readership orientation and thus echo and reinforce the conceptual models they perceive in their audience. Hence, metaphoric expressions ascertained in that kind of secondary discourse do not necessarily reveal the metaphors shared by journalists alone. (Koller, 2006, p. 240)

Los autores y usuarios de las metáforas tienen diferentes intenciones, que pueden influir en la decisión de usar metáforas deliberadas, así como diferentes niveles de conocimiento del mundo. Además, ciertos textos que

aparecen en línea son redactados con conciencia provisional, acorde al ritmo de consumo de noticias por parte de los lectores. Esta temporalidad aporta un dinamismo adicional al género.

### **6.3. Selección de las fuentes**

El corpus de este trabajo ha sido compilado siguiendo el principio de selección de contenidos según la función comunicativa que cumple en la comunidad que les da origen (Sinclair, 2005). Además de *El Mundo* (EM) y *El País* (EP), los periódicos más distribuidos en España, se seleccionó por su alta circulación en Chile *La Tercera* (LT) y *El Mercurio* (MER). Las fuentes restantes se seleccionaron por poseer conocidos foros de discusión sobre la actualidad política, económica y social del país, y por canalizar opiniones desde diversos sectores de la población: revistas de actualidad política (*Qué Pasa* (QP), *Le Monde Diplomatique* (LMD) y el satírico *The Clinic* (TC)), así como periódicos web (*El Mostrador* (MOT), *El Mostrador Mercados* (EMM) y *El Ciudadano* (EC). En este sentido, es un corpus temáticamente representativo de la lengua escrita sobre economía en la sociedad.

Se consideraron para un estudio inicial 18 ejemplares de *El País* y 2 de *El Mundo*, de entre marzo de 2014 y marzo de 2015, que aportaron datos para un análisis preliminar (Urquidi, 2015). Como detallaremos más abajo, a partir de nuestra selección de fuentes se construyó además un corpus digital pequeño (menos de 2 millones de palabras) utilizando diversas herramientas informáticas, que constituye la base del análisis que se presenta en este trabajo. Las muestras obtenidas de este modo están fechadas entre enero de 2010 y mayo de 2015.



## 7 Generación del corpus

Para construir el corpus se utilizó BootCaT front end v. 0.71 (Baroni *et al.*, 2014), un software que puede generar un corpus a partir de búsquedas web en el buscador Bing. Este proceso usa hasta 10 n-tuplos generados a partir de un mínimo de cinco términos *semilla*. Para recolectar artículos de Chile se utilizaron las siguientes semillas: *económic\**, *econom\**, *reforma*, *laboral*, *tributari\**; para los periódicos españoles, ajenos al debate sobre las reformas en Chile, optamos por utilizar las siguientes: *econ\**, *merca\**, *europ\**, *españ\**, *mund\**, *finan\**. Al referirse al tema de las discusiones donde esperamos encontrar las metáforas y metonimias, estas semillas reflejan el criterio externo de selección de nuestros textos.

Por cada 2 o 3-tuplo, BootCat selecciona y descarga el texto de hasta cincuenta páginas web (cada página corresponde a un artículo) de la lista de resultados del buscador. Es posible restringir la búsqueda a un dominio web en particular, o dejarla abierta a toda la web. Para tener la posibilidad de realizar búsquedas que expandan los resultados en el estudio preliminar, también incorporamos sets de datos de *El País* y *El Mundo* al corpus.

La tabla 7.1 a continuación muestra un resumen del corpus extraído de estas fuentes, con las principales características de cada una. El total de palabras es de 2.824.272.

<b>FUENTE</b>	<b>FECHAS</b>	<b>N° DE MUESTRAS</b>	<b>N° DE PALABRAS</b>
<i>El Ciudadano</i>	04/2007 - 05/2015	287	375.059
<i>Diario Digital El Mostrador</i>	02/2010 - 05/2015	321	293.453
<i>El Mostrador Mercados</i>	03/2000 - 05/2015	285	230.462
<i>Diario El Mercurio online</i>	01/2001 - 05/2015	302	122.545
<i>Diario La Tercera online</i>	01/2011 - 05/2015	352	237.502
<i>Le Monde Diplomatique</i>	09/2010 - 05/2015	183	451.290
<i>Revista Qué Pasa</i>	07/2009 - 05/2015	191	265.950
<i>The Clinic online</i>	10/2008 - 05/2015	214	265.818
<i>El País Digital</i>	05/2002 - 05/2015	432	346.708
<i>El Mundo</i>	10/1998 - 08/2015	411	235.485

**Tabla 7.1.** Fuentes del corpus.

## 8 Búsqueda

Las búsquedas de colocaciones se realizaron a partir de términos preseleccionados por categoría semántica. Esto corresponde a una estrategia extendida en los estudios de la metáfora en el corpus, que utiliza una selección de vocabulario de dominios meta y fuente hecha *a priori* y/o sobre la base de listas procedentes del análisis de textos de la materia en cuestión (Stefanowitsch, 2006, p. 2). Las búsquedas se realizaron con WordSmith-Tools v. 6.0.0.227 (Scott, 2011). Se generaron listas de palabras que fueron revisadas manualmente y empleadas como términos clave para encontrar colocaciones en el corpus. De estas colocaciones se extrajeron los usos metafóricos relevantes con criterios que se describirán en esta sección.

Para llevar a cabo el análisis, utilizamos MAXQDA (VERBI GmbH, 2015) v.12.0.2, un programa para el análisis cualitativo de datos. MAXQDA contiene herramientas compatibles con la búsqueda de colocaciones —todas las instancias de una frase o palabra en el texto— y permite codificar los resultados según el tipo de metáforas que aparezcan. Habiendo utilizado WordList para generar una lista de todas las palabras usadas en los textos y Concord para localizar las colocaciones, replicamos la búsqueda de colocaciones en MAXQDA. De las 72.362 palabras diferentes generadas por WordList, seleccionamos 6.123 de ellas con tres criterios: 1) ser sustantivos concretos o adjetivos calificativos de cualidades concretas, 2) no tener que ver con la economía y, 3) a criterio nuestro, tratarse de palabras lo suficientemente expresivas como para utilizarse como metáforas (o metonimias). Este criterio se basa en estudios que demuestran que los sustantivos abstractos se usan rara vez como metáforas (Hanks, 2006, p. 20) y que, en general, los términos que describen objetos y características más destacados de algún dominio (*salient*) tienden a alcanzar mayor metaforicidad (Hanks, 2006; Koller, 2006).

Mientras los dos primeros criterios son claros, el tercero depende en parte de la intuición de quién realiza la selección. Esta subjetividad parece inevitable, tanto en la selección de léxico potencialmente metafórico, como en la identificación de las metáforas y metonimias en sí (Deignan, 1999, p. 180). A pesar de estas limitaciones, la preselección de palabras ha sido una tarea simplificadora que ha permitido analizar un corpus de buen tamaño en el marco reducido de una tesis doctoral.

A partir de las 6.123 palabras consideradas expresivas, compusimos términos de búsqueda para generar listas de colocaciones. Esta búsqueda «desde dentro» se utilizó para reducir aún más el corpus a colocaciones relevantes para el tema del estudio. En ese mismo sentido, seleccionamos los usos que, siendo claramente metafóricos y usados de forma deliberada, se referían a un tema de economía y no correspondían a expresiones idiomáticas, genéricas (Skorczynska y Deignan, 2006) o claros fraseologismos como *conejillo de indias*, *dar con el palo al gato*, *una golondrina no hace verano*, *tener el toro por las astas*, *en carne propia*, *de carne y hueso*, etc. El criterio de la deliberación, que se revela en el uso *activado* de metáforas convencionales en expresiones claramente transparentes, es crucial para ayudarnos a delimitar los ejemplos relevantes de estudio. Es un filtro que permite reducir el número de usos metafóricos, además de evitarnos tener que decidir acerca de la metaforicidad relativa de expresiones en el extremo «casi» muerto de la escala. Donde haya clara transparencia o activación textual de la transparencia menos clara, habrá metáforas creativas.

Nuestra búsqueda «desde fuera» se llevó a cabo de la misma manera, pero a partir de listas de palabras y metáforas conocidas de antemano (*a priori*, Sinclair (2005, cfr.)) que esperábamos encontrar en este corpus como reflejo del discurso actual. La otra parte se hizo con términos seleccionados del dominio meta. Se utilizaron los siguientes términos del dominio fuente para la búsqueda: *Aplanadora*, *Demol\**, *Esclav\**, *Met\*f\*r\**, *Patín\**, *Patín*, *Retroexcavadora*, *Tábla rasa*. Los términos del dominio meta fueron: *Asalariad\**, *Bancari\**, *Económic\**, *Financier\**, *Fiscal\**, *Impositiv\**, *Tributari\**.

## 9 Codificación

Las categorías seleccionadas para codificar el corpus son de dos tipos. El primer grupo es abierto, dominios semánticos que pueden ser funcionales (actividades, como deportes y cocina) o taxonómicos (naturaleza, mundo cultural, etc.) y funcionan como fuente para las metáforas. El primer grupo se define *ad hoc* según las áreas taxonómicas y funcionales presentes en el corpus, apoyado en convenciones idiomáticas y culturales ya establecidas en estudios anteriores. El segundo grupo es cerrado y contiene categorías conceptuales para diferentes fenómenos de composición de significado, como metáforas mixtas, metáforas heredadas o de autor, doble interfaz, etc. Es posible formar categorías jerárquicas que incluyan varias otras dentro de sí, como es el caso de NATURALEZA, que incluye PLANTAS, MONTAÑAS, ZONAS, ESPACIO, TIERRA, TIEMPO/CLIMA, AGUA y TERREMOTOS Y CATÁSTROFES. MAXQDA permite asignar colores a cada una de las categorías. Elaboramos los criterios que se usaron para establecer esta jerarquía en la sección de análisis, que sigue a esta.

La primera taxonomía es especialmente útil para generalizar acerca de los usos discursivos de las metáforas en las discusiones sobre economía, aparte de ofrecer un contexto paradigmático para las innovaciones que se alejan del paradigma convencional, lo que enriquece la perspectiva onomasiológica. La categoría cerrada agrupa los fenómenos más bien formales, que pueden visualizarse en conjunto para facilitar el análisis.

En la figura 9.1 presentamos un fragmento del artículo de *El Mostrador Mercados* que, en el próximo apartado, analizaremos en detalle. A la izquierda se encuentran dos ventanas con listas de códigos. La lista superior contiene los documentos y el número total de fragmentos marcados que tiene cada sección del corpus. La lista inferior contiene la clasificación jerárquica recién mencionada, donde a cada ítem en la lista corresponde el



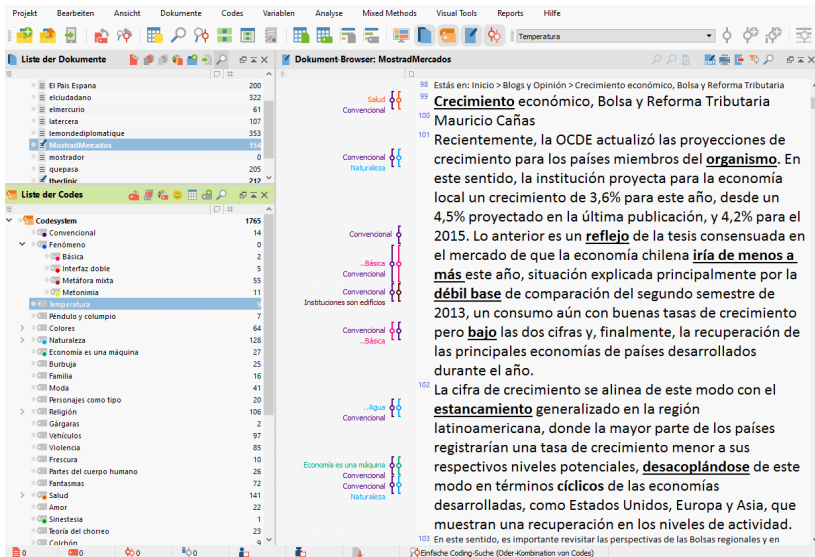


Figura 9.1. Muestra de corpus codificado en MAXQDA (VERBI GmbH, 2015).

número total de instancias de ese tipo de metáfora en todos los textos. En la ventana principal, al margen de las líneas que corresponden al fragmento marcado están las llaves, que indican la posición de la metáfora. Como la cantidad de texto seleccionado suele ser menor que lo que sugieren las llaves, que marcan las líneas completas, destacamos aquí con negritas y subrayado las expresiones a las que corresponden los códigos. Hemos de notar que el software destaca automáticamente los términos marcados cuando se posa el puntero sobre éstos (llaves de colores a la izquierda del texto, que solo marcan posición y extensión). Este efecto sería difícil de replicar en el papel, por lo cual añadimos las negritas subrayadas para destacar los fragmentos marcados.

## **Parte III**

## **Análisis**



# Metáforas creativas en el discurso económico de los medios

En la primera parte de este trabajo hemos descrito la metáfora conceptual creativa como proceso individual de integración conceptual con varios subprocesos cognitivos, cuyo producto puede derivar en un proceso de cambio lingüístico (creación de nuevas unidades fraseológicas y significados de léxico ya existente) dadas ciertas condiciones contextuales y sociales. Para empezar a aplicar estas nociones teóricas a enunciados reales, la sección 10 expone las metáforas conceptuales convencionales del dominio político-económico —el contenido conceptual preexistente como conocimiento enciclopédico y los lugares comunes y las asociaciones establecidas en la comunidad de hablantes (Fish, 2000, citado en Lakoff, 2000, p. 13)— que constituyen la base convencional de la innovación conceptual que se registra en el estudio. Están presentes en la totalidad de los datos muchas expresiones, convencionales y creativas, que se valen de estos contenidos conceptuales.

Sobre esa base, describimos una variedad de fenómenos formales que ocurren en la innovación y los procesos de integración conceptual. Existen ciertas regularidades estructurales asociadas a la innovación, las cuales discutimos en la sección 11. La *integración de doble interfaz*, la *interfaz genérica* y las *metáforas mixtas* estructuran procesos de innovación sobre lo convencional, lo cual implica un desplazamiento desde el centro conceptual prototípico hacia enunciados cada vez más marginales y, por ello, novedosos.

Luego, en la sección 12, abordamos la perspectiva funcional y discursiva de las metáforas creativas. Los enunciados que pertenecen al contexto de prensa económica se observan cumpliendo funciones pragmáticas y dis-

cursivas en el uso y reflejando las intenciones de los hablantes. El interés pragmático por los enunciados siempre es doble: las funciones del lenguaje en la dimensión comunicativa, así como las diversas funciones que la metáfora puede cumplir en el discurso, son factores que a la vez motivan y restringen el significado —producto de una negociación entre SP/W y AD/R— que emerge del proceso creativo. Es decir, no solamente nos interesa describir los efectos que las metáforas tienen en contexto, en la lengua y en el discurso, sino que, sobre todo, nos interesa la adecuación mutua de ambos y cómo la situación comunicacional —contexto y participantes— constriñe lo que puede decirse y el significado que adquiere lo dicho. Estos contextos determinan una posible lexicalización o convencionalización de las formas. Este y otros factores que favorecen la propagación se expondrán en la sección 12.

Aunque nuestro acercamiento a la creatividad lingüística se encuentra empíricamente en el nivel sincrónico, estos procesos figurativos forman parte de un desarrollo diacrónico que puede tener consecuencias en el sistema, cuando la expresión en cuestión adquiere (o no adquiere, según tenga o no una difusión y replicación masiva) un significado nuevo en la lengua. A falta de los medios de predicción que nos permitan definir el porvenir de los productos creativos en la lengua como sistema, ofrecemos un comentario especulativo, pero bien informado, de lo que nos parece plausible. Aunque, como el cambio léxico está asociado a condiciones en el contexto que motivan, a la vez que limitan, los significados emergentes (Grondelaers y Geeraerts, 2003; Traugott y Dasher, 2005), no nos extrañará que cualquier predicción o especulación se vea anulada por eventos insospechados de impacto social que puedan suceder en el futuro. Es por ello que, en esta parte, discutiremos brevemente las identidades y los discursos que se enfrentan cuando en este medio se discuten temas de política económica, así como la influencia que estos tienen en el devenir de las metáforas creativas a través del tiempo. Son varios los elementos culturales que pueden afectar el desarrollo de nuevas figuras de lenguaje en el discurso políticoeconómico en un contexto particular (como en Chile pos-

transición, así como en España en el contexto de la Comunidad Europea y la poscrisis financiera y económica). También es variado el rol de la metáfora como herramienta discursiva. Sin duda, las variables socioculturales del cambio onomasiológico, que aquí nos limitaremos a describir, pueden ser estudiadas en estudios sociolingüísticos específicos. En esta sección, junto a la más moderna lámpara de los estudios lexicológicos, las consideraciones sociales nos servirán para comprender mejor las causas y fuerzas que explican el cambio semántico.



## 10 La base convencional de las metáforas económicas

Existió en la economía durante el siglo xx una cierta resistencia a reconocer lo extendido —y epistemológicamente relevante— del elemento figurativo en el discurso académico económico (McCloskey, 1985). En años más recientes, esta postura se ha ido superando y se ha ido estudiando la metafóricidad conceptual que permea el discurso económico, tanto desde la lingüística como desde la crítica de los métodos económicos. Hoy se reconoce que la creación de un lenguaje específico sobre una base conceptual metafórica muy amplia ha acompañado el desarrollo de la disciplina económica desde sus inicios.

### 10.1. Documentación en estudios previos

Herrera-Soler y White (2012) describen la influencia de la metáfora biológica en los escritos del siglo xix de Alfred Marshall:

Marshall who, as Professor of Political Economy at Cambridge, was responsible for applying mathematics to Economics, was a staunch defender of biology metaphors as even more significant than mechanical ones [...]. For him, as was the case with Biological evolution, so too Economics evolved as a continual process rather than by uneven leaps. (Herrera-Soler y White, 2012, p. 4)

Es necesario tener en cuenta esta base figurativa de significado convencional a la hora de estudiar metáforas originales en este dominio, pues el análisis de los fenómenos sociales que conforman el objeto de estudio de la economía implica un continuo reciclaje de expresiones antiguas con nuevos sentidos, lo cual abre dimensiones semasiológicas para este estudio. Como lo formula Lewandoska-Tomaszczyk (1985): «[los significados tienen] un punto de partida en lo dado convencionalmente, pero en el trans-



curso de la interacción el significado se renegocia, es decir, se construye en forma conjunta y colaborativa» (citada en Traugott y Dasher, 2005, p. 25). El discurso es una instancia de una interacción social, donde acontecen procesos cooperativos de construcción de significado, así como una interacción conceptual entre metaforicidad nueva y metaforicidad convencional. Ambas interacciones influyen en el tipo de resultado que emerge de estos procesos.

Lo que denominaremos *base conceptual convencional* corresponde al inventario de metáforas y metonimias convencionales en la lengua cuyo estatus está avalado en estudios publicados y en los diccionarios. Para comenzar, encontramos las típicas metáforas básicas, orientacionales y ontológicas, tales como MÁS ES ARRIBA, MENOS ES ABAJO, CONTROLADO ES ARRIBA, FUERA DE CONTROL ES ABAJO, LAS ACTIVIDADES SON SUBSTANCIAS, LOS OBJETOS ABSTRACTOS SON CONTENEDORES, etc. (Kövecses, 2010a). Otras son estructurales, como LAS TEORÍAS SON EDIFICIOS y LAS ORGANIZACIONES SOCIALES SON PLANTAS, que también se describen en este trabajo. En términos más concretos, destacan entre los dominios fuente más comunes utilizados en la economía los EDIFICIOS, las PLANTAS y el VIAJE (MOVIMIENTO y DIRECCIÓN) (ibid.). Algunos dominios fuente que han sido asociados con el discurso de economía y negocios, como modelos conceptuales para ellos, son la la GUERRA, los JUEGOS COMPETITIVOS, los ORGANISMOS VIVOS, los ORGANISMOS ENFERMOS, el MATRIMONIO, la METEOROLOGÍA, los DESASTRES NATURALES, y la VERTICALIDAD (MÁS ES ARRIBA) (Boers y Demecheleer, 1997; Herrera-Soler y White, 2009; Lakoff y Johnson, 2003; Wang *et al.*, 2013).

En un trabajo sobre textos metafóricos en lengua inglesa, Richardt (2004, 2005) reconstruye un cuerpo de conocimientos de *sentido común*, de naturaleza conceptual, el Modelo económico de sentido común (*Commonsense Model of Economics*), que comparte elementos con un Modelo experto (*Expert Model*). Ambos sirven como base para la producción y la comprensión de textos sobre economía para el lector/oyente lego, occidental de nuestros tiempos. Por último, el *Glosario Económico-Financiero: Uso metafórico de voces* recoge más de 1.200 voces —expresiones metafóricas— en idioma in-

glés y ofrece las traducciones más frecuentes de estas al castellano, basado en un estudio de corpus con textos expertos y de comunicación masiva de Ramacciotti (2006, p. vii). Si bien el estudio parte desde las expresiones en inglés, muchas de las traducciones constatadas son metafóricas también.

Hay una distinción útil que contempla las diferencias en los patrones formales y de contenido entre un discurso *experto* y uno *popular* sobre economía, que ha sido operacionalizada en Richardt (2004), elaborada en un estudio de Skorczynska y Deignan (2006, p. 88) y aplicada en la creación del diccionario antes mencionado. Las frecuencias, pero especialmente las funciones de la metáfora verbal tienden a manifestarse de formas distintas en ambos discursos, aún cuando se puedan referir a temas muy similares. Aunque hay que tener en cuenta estas diferencias de registro, se trata de límites permeables: los hablantes no expertos sí tienden a absorber y utilizar algunas conceptualizaciones provenientes del discurso experto, las que se han replicado en el habla popular y el discurso popularizado en nuestro idioma y nuestra cultura. De hecho, *todas* las metáforas conceptuales que Richardt (2004) presenta en el modelo experto las encontramos en nuestro corpus de periódicos no especializados. Entonces, si bien puede que parezca paradójal que nos basemos en metáforas procedentes de ambos registros, mientras en el nuestro los separamos, el traslapado mutuo es considerable.

Además de la mera constatación de su presencia en este discurso, la lingüística aplicada al discurso económico también se ha ocupado de identificar la estructura conceptual y gramatical de las metáforas en la economía y de describir el rol que realizan como elemento funcional en la lengua y el discurso. Es decir, además de demostrar que estas metáforas tienen una función importante como herramientas para el pensamiento abstracto, se busca explicar cómo estas estructuras aportan eficiencia en la comunicación, mientras posibilitan el intercambio de ideas abstractas, en parte a través de lenguaje innovador. Entre otros, se ha estudiado extensamente el uso de la metáfora para comunicar noticias sobre bancos de inversión (Bielenia-Grajewska, 2009), el quehacer financiero (Charteris-Black y En-

nis, 2001), y el reporte de las crisis económicas (Cortés de los Ríos, 2010; Orts Llopis y Rojo López, 2010).

## 10.2. Análisis de un texto completo

Para mostrar ejemplos del uso, el siguiente texto de un periódico en línea chileno, se presenta codificado con expresiones que reflejan metáforas y metonimias conceptuales tradicionales —pero transparentes— en el discurso sobre economía:

### (8) Crecimiento económico, bolsa y reforma tributaria

Recientemente, la OCDE actualizó las proyecciones de crecimiento para los países miembros del **organismo** [LA ECONOMÍA ES UN SER VIVO]. En este sentido, la institución proyecta para la economía local un crecimiento de 3,6 % para este año, desde un 4,5 % proyectado en la última publicación, y 4,2 % para el 2015. Lo anterior es un reflejo de la tesis consensuada en el **mercado** [LA ACTIVIDAD ECONÓMICA ES EL LUGAR DONDE SE LLEVA A CABO, UN MERCADO] de que la economía chilena **iría de menos a más** este año, situación explicada principalmente por la **débil base** [LAS INSTITUCIONES SON EDIFICIOS] de comparación del segundo semestre de 2013, un consumo aún con buenas tasas de crecimiento pero **bajo** [MÁS ES ARRIBA, MENOS ES ABAJO] las dos cifras y, finalmente, la recuperación de las principales economías de países desarrollados durante el año.

La cifra de crecimiento **se alinea** [EL CRECIMIENTO ECONÓMICO ES DESPLAZAMIENTO EN EL ESPACIO] de este modo con el **estancamiento** generalizado en la región latinoamericana, donde la mayor parte de los países registrarían una tasa de crecimiento menor a sus respectivos niveles potenciales, **desacoplándose** [EL CRECIMIENTO ECONÓMICO ES DESPLAZAMIENTO EN EL ESPACIO] de este modo en términos **cíclicos** [EL CRECIMIENTO ECONÓMICO ES DESPLAZAMIENTO EN EL TIEMPO] de las economías desarrolladas, como Estados Unidos, Europa y Asia, que muestran una recuperación en los **niveles** [EL CRECIMIENTO ECONÓMICO ES DESPLAZAMIENTO EN EL ESPACIO] de actividad. [...]

Aterrizando de este modo los conceptos señalados, esperamos que en términos generales el crecimiento de las utilidades de las compañías chilenas se sitúe en torno a 15 % este año de la mano de un bajo crecimiento en ingresos, en línea con el menor crecimiento económico, pero también con menores **presiones** [LOS FENÓMENOS SOCIALES SON FUERZAS FÍSICAS] en costos debido a las mayores

**holguras** [LOS FENÓMENOS SOCIALES SON FUERZAS FÍSICAS] en capacidad y menor **dinamismo** [LOS FENÓMENOS SOCIALES SON FUERZAS FÍSICAS] del mercado laboral, resultando finalmente en una leve pero **saludable** [LA ECONOMÍA ES UN SER VIVO] mejora en **márgenes** [LAS INSTITUCIONES SON ESTRUCTURAS FÍSICAS]. A mediano y largo plazo, el rendimiento de la Bolsa local seguirá **anclado** [LAS INSTITUCIONES SON EMBARCACIONES] al desempeño de las economías regionales y al crecimiento potencial que estas puedan alcanzar, entre otras variables a considerar. [...] (EMM, 20.05.2014)

Las expresiones a las que nos referiremos van en negritas, seguidas de su contenido conceptual convencional entre corchetes. Se podrá apreciar que cada una de estas es figurativa, aunque algunas a primera vista no lo parezcan. En efecto, un vistazo al diccionario especializado (Alcaraz *et al.*, 2012) nos muestra que todas estas palabras (excepto *holgura*) tienen un significado léxico específico para el dominio económico. Es decir, ya están plenamente lexicalizadas. Las demás (excepto *anclado* y *saludable*) se encuentran con acepciones económicas en el diccionario de la RAE. Es decir, estamos hablando de usos ya lexicalizados. Sin embargo, cuentan además con significados literales, más antiguos y concretos. La lexicalización hace de estas, de acuerdo con los criterios de MIPVU, metáforas convencionales y, según los criterios que expone Müller (2008), el uso paralelo y habitual de la acepción no metafórica de las expresiones favorece su transparencia.

Para ejemplificar la interacción entre convencionalidad y transparencia, tomemos *holgura* y *organismo*. Respectivamente, en este texto deben leerse como ‘desahogo, bienestar, disfrute de recursos suficientes’ (Real Academia Española, 2014f) y ‘conjunto de leyes, usos y costumbres por los que se rige un cuerpo o institución social’ (Real Academia Española, 2014i). El significado literal, sin embargo, resuena igualmente como un vocablo familiar y frecuente en el habla común. Cuando un vestido me queda holgado, es porque tiene ‘anchura excesiva’. Literalmente: debería hacerle pinzas de algunos centímetros. Esta anchura se debe, probablemente, a que mi organismo (es decir, el ‘conjunto de órganos del cuerpo animal o vegetal’) ha cambiado, pues he adelgazado.

La clave es que cuando un lector lee el texto, normalmente tiene disponibles ambas lecturas y se decide por una, tras evaluarlas. Es decir que selecciona la inferencia más apropiada a partir del contexto y el cotexto. La disponibilidad de lecturas múltiples abre una puerta para que se reactive la metafóricidad de estas palabras: allí radica la transparencia. Aunque sean transparentes, normalmente se aprehenden en estos contextos discursivos como convencionales y se utilizan dormidas, sin atención a la relación literal. Esto es lo que ocurre con gran parte de las metáforas que encontramos en contextos de discurso popular económico, mientras no medie de parte del SP/W una intención deliberada de usar metáforas para comunicar algo al AD/R. Cuando el SP/W explota la transparencia de la metáfora, es posible que logre construir y —con la ayuda del lector, comunicar— significados nuevos que elaboren o incluso desafíen la conceptualización tradicional que subyace las expresiones.

En cierta medida, mientras menos universalmente convencional sea una expresión, mayor será la potencial transparencia de esta expresión. Esto se puede apreciar observando palabras del texto que no poseen un significado económico lexicalizado en el diccionario RAE, pero sí lo hacen en diccionarios especializados. Veamos el caso de *saludable*. En este contexto, significa claramente ‘provechoso para un fin’. Pero la acepción de la RAE es más larga: ‘particularmente para el bien del alma’. Es decir, se ha lexicalizado en forma universal, fuera de la economía, un uso más abstracto y metafórico de *saludable*, típicamente cuando se habla *del alma*. La aplicación en este contexto vendría siendo un salto metafórico, aunque leve, que conceptualiza la economía como *algo con alma* (y posiblemente también un cuerpo). A pesar de ello, no parecen necesariamente extrañas en este contexto y hay suficientes atestaciones de esto en textos contemporáneos: se recomienda como traducción para *health* en el *Glosario Económico-Financiero* (Ramacciotti, 2006). También Alcaraz *et al.* (2012) lo incluye en el *Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales*. En cuanto a *anclado*, todas las lecturas posibles de este enunciado son metafóricas; la más concreta y literal está relacionada con la navegación. En el mismo diccionario aparece

*anclar* como alternativa de traducción para el inglés *anchor*, con el significado de ‘vincular’. La acepción más abstracta que ofrece el diccionario RAE es ‘quedarse, arraigar en un lugar, o aferrarse tenazmente a una idea o actitud’ y pone como ejemplo *Estaba anclado en la tradición*.

Podríamos especular que, a causa de la menor lexicalización de estas expresiones, tendrían mayor *resonancia* en el lector con respecto al tema del artículo (Hanks, 2006), lo cual pondría en evidencia su transparencia. En efecto, como veremos más adelante, existen dos metáforas conceptuales asociadas a estas, que son muy frecuentes en la construcción de expresiones metafóricas nuevas: LA ECONOMÍA ES UN CUERPO Y LAS INSTITUCIONES SON BARCOS.

Por el contrario, *mercado* es una palabra que, en este contexto, a primera vista no parece metafórica, pero cuyo origen está en la noción más temprana, concreta, de ‘contratación pública en lugar destinado al efecto y en días señalados’ (Real Academia Española, 2014h). Sin embargo, esta conceptualización metafórica, que se aplica para describir el comportamiento de los actores en un área específica del sistema social (el sistema económico), cumple una función importante en la reproducción de ideologías sobre el funcionamiento de nuestra sociedad. El *mercado laboral*, por ejemplo, implica un equilibrio de precios entre oferta y demanda pero, al mismo tiempo, se conceptualiza al empresario como la parte que crea, ofrece y *da* el trabajo. En este caso, como en el mercado de la educación, podemos ver que se trata de metáforas transparentes, en el sentido de Müller (2008). Pero, no obstante la metaforicidad activa de mercado de la educación, la contraparte laboral tiende a usarse en la prensa económica sin reparar en ella, es decir, con una metaforicidad dormida. Sin embargo, según Mirowski (1994), se trata de una metáfora doblemente metafórica:

Los que aprenden la jerga económica podrán asociar la expresión con un ágora, o un mercado en el sentido anticuado, donde se venden, regatean y rematan esclavos. Deberán aprender, como es debido, que se trata en realidad de una expresión figurativa. La metáfora del ‘mercado laboral’ introduce la más celebre de todas las metáforas económicas: ‘el mercado de trabajo es [gráfico de la curva de oferta y demanda, aplicada a las remuneraciones]’. Esto no es

verdadero en el sentido literal, aunque la aplicación repetida le haga creer al lector lo contrario. Esta expresión es metafórica, de hecho, doblemente metafórica. La curva de oferta y demanda es una especie de ícono, que representa una metáfora elaborada y sistemática sobre la naturaleza del trabajo en una sociedad comercial. Al conectar este diagrama con la noción de mercado, y luego el mercado con el trabajo, los economistas realizan una transferencia metafórica doble. Mirowski (1994, p. 23–24)

McCloskey describe la metáfora de «mercado» como «una pintura post-impressionista», donde el analizar con demasiado cuidado la superficie revela las pinceladas, que desaparecían desde lejos: «Si uno se aleja y entrecierra los ojos, los puntitos dorados se desdibujan y, efectivamente, existe solo un precio para el oro. Lo mismo pasa con el empleo si uno apreta aún más los ojos» McCloskey (1995, p. 226). Para Harvey (1996), esta metáfora está inserta en un fenómeno llamado la comodificación (*commodification*) del conocimiento y todo lo demás en la naturaleza —«partes del cuerpo, genes, el campo, el agua mediante la privatización, y las plantas en la biopiratería»—. Esta comodificación convierte al mundo en «un gran mercado, las relaciones entre personas en relaciones entre cosas y está en servicio de quienes tienen capital para invertir en las industrias privatizadas, o en insumos para estas como materia prima, maquinarias y tecnología y, por supuesto, en *recursos humanos*, recursos renovables» (Harvey, 1996, p. 221).

El concepto de trabajo en sí «se suele objetivizar de forma que implica una relación de dar y recibir, con el empleador en el rol que da, y el empleado en el rol que recibe» (Richardt, 2004, p. 118). Una reconceptualización del concepto de trabajo en el marco del mercado debe contemplar la otra cara de la moneda, que «se inhibe mediante esta objetivización: es el empleador quien ‘toma’ la labor del empleado y la convierte en ganancias, mientras que el empleado ‘ofrece’ su fuerza laboral a cambio de una remuneración» (ibid.). Esto, sin mencionar que el modelo no contempla ni valora el trabajo no remunerado que realizan muchas personas en la sociedad, en especial las mujeres (Marçal, 2016), un fenómeno que se denomina también *trabajo emocional* (Gracia *et al.*, 2014).

### 10.3. Metáforas activas en el corpus

Esta sección presenta las metáforas que, en las búsquedas (que se detallan en la sección II sobre metodología), identificamos como creativas a causa de la expresividad en la dicción, que revela un uso deliberado. Como es usual en los estudios de la metáfora en la economía, las presentamos aquí bajo los dominios conceptuales que los agrupan. A pesar de sus debilidades, es una presentación que resulta intuitiva, al reducir la complejidad de los resultados encontrados. Sin embargo, también es una forma de representación que esconde la gran diversidad construccional, conceptual y formal, la variedad de modos de procesamiento y relaciones semánticas que se pueden establecer incluso dentro de un mismo dominio conceptual. Por otra parte, se ha discutido muy extensamente (Deignan, 2005; Steen *et al.*, 2010) la dificultad en lograr una taxonomía de metáforas clasificadas por dominios de origen que sea intersubjetivamente válida.

Para realizar una clasificación de este modo surgen algunas dificultades. Por ejemplo, no es raro que sea posible clasificar una misma expresión en campos semánticos diferentes. Así, por ejemplo, *un triunfo de The Coca Cola Company* puede entenderse como metáfora deportiva o como metáfora bélica. Esta polisemia no siempre puede resolverse a partir del contexto; no es habitual que el SP/W esté presente para aclarar la ambigüedad, aunque pudiese. Trabajar en equipos de investigadores que representen diversas perspectivas puede mitigar este peligro, pero la clasificación final nunca podrá ser absoluta.

No obstante todo lo anterior, este tipo de clasificación según el dominio de origen es muy interesante desde el punto de vista discursivo-cultural, como también ideológico, ya que puede revelar tendencias valorativas en la conceptualización de los fenómenos sociales. De hecho, normalmente es utilizada para hacer estudios de ideologías en el discurso (ver por ejemplo Lakoff (2009), Lakoff *et al.* (2004), Goatly (2007) y Kövecses (2010a). Como queremos que este trabajo también aporte resultados para un (posterior) análisis sociocultural y, dado que el contenido que expone una taxonomía



	DOMINIOS FUENTE	N° DE PASAJES CODIFICADOS
1	Objetos culturales	1401
	<i>Cocina</i>	292
	<i>Deportes</i>	82
	<i>Personajes o tipos</i>	20
	<i>Salud</i>	141
	<i>Familia</i>	16
	<i>Religión</i>	178
	<i>Violencia</i>	85
	<i>Moda</i>	54
	<i>Esclavitud y feudalismo</i>	28
	<i>Amor</i>	22
	<i>Herramientas</i>	90
	<i>Juegos</i>	69
2	Mecánica	224
3	Edificaciones	153
4	Naturaleza	1329
	<i>Seres vivos</i>	368
	<i>Geografía</i>	275
	<i>Características físicas</i>	212
	<i>Terremotos y catástrofes</i>	46
	TOTAL	3107

**Tabla 10.1.** Dominios fuente de metáforas en el corpus. Los dominios en cursiva están incluidos en el total del grupo al que pertenecen.

por dominio es principalmente de esta naturaleza, para que sea realmente informativa debe tomar en cuenta en contexto cultural y el cotexto en que se generan las expresiones metafóricas correspondientes.

Teniendo en cuenta todo esto, presentamos un resumen de las expresiones metafóricas y metonímicas más frecuentes encontradas en nuestro corpus, agrupadas según el dominio fuente al que pertenecen. Esperamos que, a pesar de sus imperfecciones, sirva como introducción al tenor de los artículos que discutimos y al universo de recursos figurativos que se utiliza en ellos para comunicar contenidos y actitudes.

Al examinar los resultados de búsqueda en el corpus se hace patente la dominancia de metáforas ontológicas con dominios fuente que pertenecen al mundo natural, NATURALEZA, con 1.329 casos, de los cuales destacan 368 seres vivientes. Catalogamos una serie de subdominios bajo el alero natural (SERES VIVOS, GEOGRAFÍA, CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y TERREMOTOS Y CATÁSTROFES), los que en algunos casos también poseen subgrupos. Encontramos también en el corpus un gran número de metáforas mecánicas, en particular medios de transporte, lo que en esta sección ejemplificaremos con el uso de metáforas marítimas, como LAS INSTITUCIONES SON NAVES, que incorporan la metáfora conceptual ontológica donde LOS EVENTOS ECONÓMICOS SON [PARTE DE] UN CAMINO. Muchas de las metáforas conceptuales que subyacen estos usos activos están ya bien documentadas como convencionales y, como tales, se prestan fácilmente para ser reelaboradas creativamente en el contexto del discurso. A continuación tenemos una descripción, con ejemplos, de estas.

### **10.3.1. Naturaleza y seres vivientes**

Los resultados en este dominio se pueden colocar a lo largo de todo el continuo de la convencionalidad. En el subdominio animal encontramos muchas expresiones idiomáticas, como *conejiillos de indias*, *chivos expiatorios*, *cisnes negros*, *cantos de cisne*, *vueltas de carnero*, *gatopardismo*, *lágrimas de cocodrilo*, por nombrar solamente algunas. Hay también expresiones re-

lativamente nuevas y que ya están lexicalizadas, como *tigres asiáticos* (para designar cuatro países en desarrollo del sudeste asiático: Hong Kong, Singapur, Korea y Taiwan) y el *jaguar latinoamericano* (Chile a fines del s. xx). Tienen un origen reciente y una metafóricidad transparente, pero están bien gastadas. La primera expresión está documentada en uso metafórico en el Corpus de Referencia del Español Actual (Real Academia Española. Banco de datos (CREA) [en línea], s f, CREA) por primera vez en España en el año 1988 y no aparece en el Corpus Diacrónico del Español (Real Academia Española. Banco de datos (CORDE) [en línea], s f, CORDE) con un significado metafórico que pueda indicar una presencia más antigua en el castellano. El contexto de la colocación indica que esta metafóricidad es considerada algo nuevo, necesario de explicar al lector:

- (9) Los llamados ‘**tigres asiáticos**’ (nuevos países industriales) (ABC, 10.5.1988)

La calificación metalingüística del término con el adjetivo *llamados* (que expresa que ‘así se dice; la gente lo dice’) y las comillas es una indicación (redundante) de que se trata de un término figurativo: el autor del artículo pretende que estos signos orienten al lector que no comprende el término, o lo encuentra extraño. Por otra parte, es muy probable que este término, como muchas metáforas y metonimias de la economía, provenga de la lengua inglesa. Esta hipótesis se ve respaldada en búsquedas en varios corpus ingleses de referencia: el uso más temprano lo registra Google N-Grams (búsqueda en Google Books desde el año 1500 en adelante) para inglés británico y norteamericano en 1971, en la revista científica *Sociology*, 17 años antes que en el castellano (Michel *et al.*, 2011).

El *jaguar latinoamericano* es menos convencional en el castellano mundial, al estar limitado al contexto chileno. Parece ser una invención de los años 90, que extendió la metáfora felina de las economías emergentes al *milagro chileno* del neoliberalismo durante los últimos años de Pinochet y los primeros de la transición a la democracia (Sznajder, 1996). Se considera una autodesignación, reflejo de cierta arrogancia de la élite política y eco-

nómica del país por su rendimiento. El término *jaguar* se registra 78 veces en el CREA, 11 de estas en acepción metafórica; todas ellas provienen de la prensa chilena entre 1996 y 1997. Google N-Grams en castellano arroja 18.768 resultados para *jaguar* en la década de los 1990 y una revisión de los 100 primeros resultados no arroja casos metafóricos; una búsqueda refinada que agrega *Chile* a los términos clave arroja 10 resultados metafóricos entre los 100. Subjetivamente, pertenece al vocabulario económico de las personas chilenas que recuerdan el discurso público en torno al «boom» del crecimiento económico del país, durante la primera década tras la dictadura, en que el modelo económico neoliberal vigente entró a abrirse plenamente a los mercados mundiales y Chile creció a niveles sin precedentes.

Estas dos metáforas felinas parecen obedecer a una metáfora conceptual frecuente de las instituciones, en particular el Estado y el mercado, como animales *destructivos*: bestias feroces y depredadoras, entre las cuales rige una suerte de «ley de la selva». En efecto, hay rastros de esto también en nuestro corpus:

- (10) Si las empresas contratan por recomendaciones y no por mérito están expuestas a ser **devoradas** por sus competidores. (LT)
- (11) El modelo neoliberal es **depredador** en lo medioambiental y en lo económico. (EC)
- (12) El comercio, **a la “caza”** del consumidor. (EP)
- (13) ¿Tiene **dientes** el SII [Servicio de Impuestos Internos] para ir tras los grandes evasores? (EMM)
- (14) Es más, no se sabe si en serio en broma, uno de sus más conspicuos representantes del *retail* afirmó que habría que crear “un servicio de defensa del vendedor”. El mundo al revés. Es como **si los leones** se quejaran de la agresividad de las cebras. (EMM)

Si bien puede suponerse que estas expresiones se originan a partir de patrones metafóricos convencionales, también parece evidente que se apli-

can al contexto con referencias y funciones textuales únicas: resultan más frescas a causa de ello y poseen poca saturación estructural. Se trata aquí de ejemplos intermedios en el continuo de la convencionalidad.

### 10.3.2. El cuerpo humano

También en el dominio del cuerpo (humano) encontramos varias expresiones lexicalizadas y semilexicalizadas, como *brazo(s)*, que aparece en las expresiones idiomáticas *dar el brazo a torcer*, *el brazo derecho*, *bajo el brazo* y *con los brazos abiertos*, refiriéndose metafórica o metonímicamente a distintas instituciones como BRAZOS respecto de la función que cumplan:

- (15) Las ganancias de Quiñenco, el **brazo inversor** del grupo. (EMM)
- (16) [...] Celulosa Arauco, el **brazo forestal** del grupo Angelini. (EMM)
- (17) [...] E]l equipo de asesores que dirige en la cartera Robinson Pérez, que funciona como el **brazo político** de Peñailillo. (MOT)
- (18) El contenido de lo político se define de forma más directa en la arena del poder económico y de sus **brazos intelectuales**. (MOT)

Los usos (15) a (18) obedecen a la décima acepción de brazo, ‘parte de una colectividad encargada de una función determinada’ (Real Academia Española, 2014c). Esta función se encuentra expresada en el artículo que acompaña a brazo y lo determina. El término no se encuentra representado en los diccionarios específicos y se trata de una metaforicidad muy transparente. Es, por así decirlo, una metáfora metonímica: pone de relieve solo una parte del referente —el carácter de *agente*— mediante una metáfora que relaciona la agencia con la parte del cuerpo humano que representa la acción, en expresiones como *poner las manos a la obra*.

Hay ejemplos análogos en el uso de *cabeza* y *corazón*. *Perder la cabeza*, *levantar cabeza* son usos típicos. *Estar a la cabeza*, al igual que otros usos no tan fraseológicos, es una locución prepositiva que expresa la posición de una ‘persona que gobierna, preside o acaudilla una comunidad, corporación o muchedumbre’:

- (19) Quienes estamos **a la cabeza** de la FECH [Federación de estudiantes de la Universidad de Chile] apostamos también a incursionar en la política.

*Corazón* puede definirse como el ‘centro de algo’. Igual como ocurre con *holgura* y *anclar*, discutidas más arriba, se hace una extensión de esta acepción, en sí abstracta pero genérica, para referirse a un CENTRO metafórico, dado que una reforma no puede tener un centro físico:

- (20) ¿El gobierno afirma que parte del **corazón de la reforma** es que los que ganan más, paguen más? (LT)

También se habla del «*corazón de la actividad económica* (TC)» y «*de la economía*» (MOS), así como de «*crecimiento*» (EC) económico.

Abundan también los DEDOS (*tapar el sol con un dedo* (QP), *pillarse los dedos* (EP), tener *muñeca política* y *‘dedos para el piano’* (MM)), los CEREBROS (*cerebro tras el mega fraude* (TC), *tras de la reforma* (QP), *cerebros económicos* (MM), *uno de los cerebros de las privatizaciones* (TC), *con el gobierno yo no tengo el mismo cerebro* (TC)), las COLUMNAS VERTEBRALES (*este maná alimenta directamente al sistema financiero, columna vertebral del sistema neoliberal* (LMD)), las ESPALDAS, los CODOS y los DIENTES.

### 10.3.3. La salud

La metáfora médica, que presupone una conceptualización de la economía como ser vivo y ser social, es una de las más frecuentes en el corpus, con 141 instancias, y está documentada en estudios sobre la metáfora conceptual y en la economía (Silaški y Đurović, 2010). Esta categoría adopta una perspectiva más amplia como parte del dominio fuente de LA SALUD. En nuestro corpus se manifiestan varios usos convencionales de esta metáfora conceptual, de los cuales seleccionamos los siguientes:

- (21) Se vivía la **fiebre** de las puntocom. (QP)
- (22) ¿Cómo se concilia ese **diagnóstico** con el que dice que el modelo chileno es una maravilla de exportación? (MOT)

- (23) Cada vez que se veían malos resultados, la reacción era insistir en la **dosis**, hasta que la economía finalmente se trancó. (LT)

En el ejemplo (23) vemos la dificultad de clasificar con certeza esta expresión bajo un dominio fuente en particular. La palabra *dosis* proviene del griego δόσις, ‘acción de dar’, y cuenta con dos acepciones en la RAE: ‘toma de medicina que se da al enfermo cada vez’ y ‘cantidad o porción de algo, material o inmaterial’. La primera acepción es más concreta, por lo que se entiende también como más antigua. Una búsqueda en el CREA arroja para *dosis* más de 6.600 resultados (tantos que no pueden visualizarse en el motor de búsqueda). Una búsqueda restringida solo al dominio de POLÍTICA, ECONOMÍA, COMERCIO Y FINANZAS encuentra 538 casos, donde de los primeros 200 usos, 145 son metafóricos. Los restantes se encuentran en contextos médicos o en textos sobre el uso de drogas ilegales. Este último dato es interesante, pues refuerza la premisa intuitiva de que el uso no metafórico se manifiesta sobre todo en contextos relacionados con la medicina y los fármacos. Esto significa que, en la mente del hablante, la asociación médica estará más arraigada que una más genérica —‘porción de algo’— y la transparencia de la metáfora remitirá frecuentemente a la medicina. Por lo tanto, a pesar de esta legítima ambigüedad, hay suficientes argumentos para insistir en que se trata de una metáfora cuyo referente de origen pertenece al dominio de la medicina.

Algo similar vemos en *diagnóstico*. Originada en el griego διαγνωστικός, ‘distintivo, que permite distinguir’, que deriva a su vez de *conocer*, la palabra se encuentra definida en el diccionario de la RAE solo en términos biológicos y médicos. Más allá de esos sentidos, es evidente que se ha extendido metafóricamente a muchas formas diferentes de conocimiento estructurado de un objeto específico: hablamos convencionalmente de *diagnóstico* en la educación, en el deporte y también en la economía. Como ocurre también con *dosis*, la activación metafórica en el uso corresponde probablemente también al dominio fuente médico, dado que el referente más común también es médico. *Fiebre*, que es del dominio médico en latín y está

definida en los diccionarios de esta manera, en estos contextos no presenta ambigüedad y es claramente metafórica. Respecto de la convencionalidad de *fiebre* en el contexto económico, podemos encontrar *fiebre/locura compradora* como traducción para el inglés *shopping/spending spree* (Alcaraz *et al.*, 2012) y *fiebre* como traducción para *fever*, como en *euro fever* (Ramacciotti, 2006). Es así, por un lado, más claramente médica que las dos anteriores, pero menos claramente convencional que ellas.

A pesar de las diferencias, las expresiones que acabamos de describir tienen en común ser convencionales, centrales y frecuentes en la conceptualización de la economía como medicina. Veremos en la segunda parte de esta sección que hay numerosas y muy expresivas elaboraciones de esta metáfora conceptual.

#### 10.3.4. La metáfora mecánica

Hemos visto más arriba que la metáfora mecánica de la economía es de larga data y ha llegado, incluso, a estar presente en el discurso científico de esta disciplina: ha llegado a alcanzar el «tope» de la convencionalización: ser capaz de expresar conceptualizaciones de valor objetivo. En el corpus, se representan algunas instituciones de muchos tamaños, desde el Estado, los bancos, las escuelas, hasta las más intangibles como el matrimonio y la familia. Se toman como fuentes varios tipos distintos de máquinas, con funciones y productos asociados a estas, así como nociones no específicas de una máquina genérica, al aludir a aspectos mecánicos compartidos:

- (24) la innovación financiera como una **palanca** de estímulo positivo para el sistema financiero. (EP)
- (25) El TTIP es una **vuelta de tuerca** más, para acabar con los derechos de la ciudadanía y disciplinar a los trabajadores y trabajadoras. (EC)
- (26) las AFP,<sup>1</sup> **máquinas** creadoras de pobreza. (EC)

<sup>1</sup> Administradoras de fondos previsionales, empresas privadas que administran los fondos de retiro en Chile, que funcionan a partir de ahorro individual obligatorio.



Estos ejemplos se estiman más o menos iguales entre sí respecto del grado de convencionalidad que poseen en la lengua, pero en contexto, una de estas se reactiva en el enunciado con un matiz crítico. El ejemplo (24) expresa una conceptualización del sistema financiero como una máquina que puede operarse con herramientas concretas, **palancas**, que ponen en marcha o aceleran procesos que se correlacionan con índices económicos positivos (desempleo, crecimiento, etc.). El ejemplo (25) se refiere a cierta legislación que introduce la Asociación Transatlántica de Comercio e Inversión (TTIP) y conceptualiza como máquina las leyes laborales. Pero, a diferencia de (24), en este ejemplo es posible manipular la máquina para producir efectos deliberadamente negativos e injustos. Del mismo modo, en (26), las *máquinas creadoras de pobreza* representan una degeneración del constructo en la economía tradicional, que conceptualiza las empresas como máquinas creadoras de **riqueza**. Esta representación alude al modo de funcionamiento de las AFP, que reciben ingresos mensuales de cada trabajador y, a cambio, devuelven pensiones bajo el mínimo de subsistencia. Esto contrasta con el relato oficial, el cual justificaba la privatización del sistema previsional con el argumento de que las pensiones futuras estimadas serían 80 % del sueldo promedio del cotizante. Entonces, la innovación metafórica se realiza, en estos ejemplos, mediante una narración implícita que invierte el resultado de la narración mitológica, hegemónica. La innovación corresponde a la *puesta en cuestión* (Lakoff y Turner, 1989), que se elabora más adelante en 11.1.

Un tipo especial de máquina son los vehículos, que perfilan tanto el aspecto mecánico como el de movimiento:

- (27) Tengamos un año de **rodaje** o al menos seis meses. (LT)
- (28) **Propulsores** de altas tasas de crecimiento económico. (LT)
- (29) Dócil **vagón de cola** del sistema. (LMD)
- (30) Desactivar una economía **en piloto automático** será una de las grandes prioridades nacionales. (MM)

Igual que arriba, las expresiones en negritas tienen un estatus convencional en el castellano, pero se usan aquí con una cierta intencionalidad crítica, que las vuelve más activas en el contexto. Un tipo especial de vehículo se manifiesta en la metáfora conceptual LAS INSTITUCIONES SON BARCOS, ejemplos de la cual se discuten en la sección siguiente.

#### 10.4. La metáfora convencional como prototipo

En la medida que una metáfora conceptual pueda asociarse con diversas proyecciones (*mappings*), las cuales estarán manifestadas en expresiones metafóricas y metonímicas frecuentes en la lengua, puede decirse que esta metáfora conceptual será convencional en la lengua (Lakoff y Turner, 1989). En términos técnicos, las expresiones frecuentes que expresen las diversas proyecciones se colocarán al centro de la metáfora conceptual, que

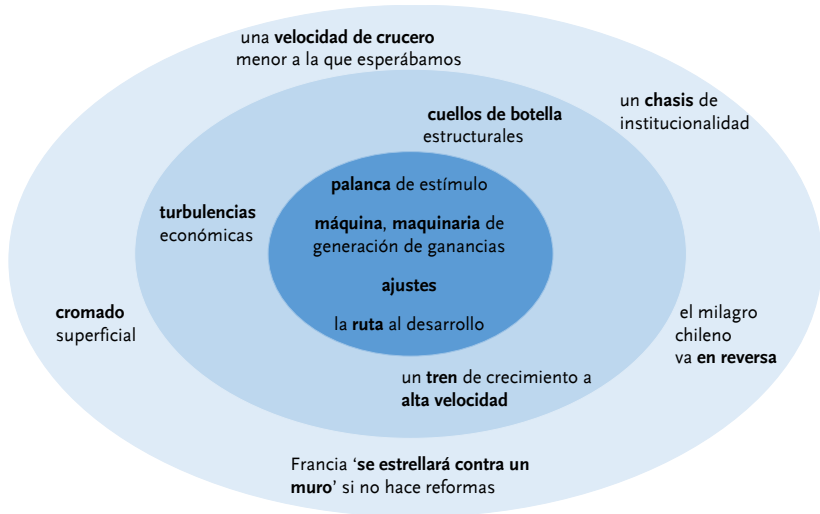


Figura 10.1. Estructura de prototipo de LAS INSTITUCIONES SON MÁQUINAS.

se modela como categoría con estructura prototípica. En este modelo, el carácter onomasiológico, la intensión (la definición o el significado analítico asociado con una categoría) y la extensión (el conjunto de objetos a los

que hace referencia) presentan correlaciones numéricas: a mayor centralidad semasiológica de un término, mayor será en la práctica su extensión. Esta correlación se denomina *validez de la pista onomasiológica* (OCV, por *onomasiological cue validity*): un referente tiene una OCV alta cuando se asocia fuertemente con la categoría en cuestión. Así, las metáforas devienen nuevas, creativas u originales, en la medida que se alejan semánticamente de las conceptualizaciones más usuales: pierden OCV pues devienen progresivamente marginales.

La figura 10.1, en p. 169, muestra algunas expresiones metafóricas para la metáfora conceptual LAS INSTITUCIONES SON MÁQUINAS, ordenadas en un modelo de estructura de prototipo. Al centro de la categoría están las expresiones más frecuentes para el dominio meta. En el anillo del medio están las expresiones relativamente menos frecuentes, pero todavía muy típicas, y en el anillo exterior están algunas expresiones que son muy infrecuentes. Se determinó la posición de cada ejemplo a partir de su frecuencia relativa en el conjunto del corpus (ver tabla 7.1 en p. 140). Al contrario de las expresiones centrales, las marginales (y las proyecciones que actualizan) están asociadas de forma tenue (por poco convencional) a la metáfora conceptual. Esto, que constituye la baja saliencia onomasiológica, incrementa el esfuerzo cognitivo de procesamiento. Al mismo tiempo, son metáforas más vivas, más despiertas: tienen un poder mayor para invitar inferencias pragmáticas originales.

Como lo sugiere la escala de azules de la figura 10.1, las diferencias entre centro y periferia son graduales. EL SISTEMA (ECONÓMICO) ES UN EDIFICIO, que se basa en la metáfora conceptual convencional LAS INSTITUCIONES SON ESTRUCTURAS (Kövecses, 2010a), y que tiene al centro expresiones típicas como las siguientes:

- (31) La dictadura hizo de su parte **desmantelando** el sistema educativo anterior y colocando los **cimientos** del actual sistema. (LMD)
- (32) Han abierto posibilidades reales para **construir** un camino alternativo al Chile neoliberal. (EC)

(33) Agotar la fuente conduciría al **derrumbe** económico del país. (LMD)

El edificio económico contiene proyecciones metafóricas para varios elementos de la estructura de las instituciones. Las más básicas son las BASES, los FUNDAMENTOS y los CIMIENTOS. En la esfera sociopolítica, las instituciones se *construyen*, lo que puede leerse como proyección metafórica, o bien como una relación metonímica donde el EL CONTENEDOR ES EL CONTENIDO (el edificio representa lo que alberga). Al fracaso de los sistemas o la *disolución* de las instituciones corresponde una proyección hacia el *derrumbe* o el *colapso* de estructuras. Todas estas expresiones, en virtud de la convencionalidad y de la estabilidad de sus proyecciones, son típicas en el discurso económico y aparecen con mayor frecuencia en el corpus que otras expresando lo mismo. Además, mientras no sea explícitamente hecho en el discurso, el uso de estas expresiones en contextos económicos no está marcado como necesariamente figurativo (activado).

Distinto es el caso de las siguientes, que se utilizan de forma claramente intencional y se alejan de la convencionalidad de (31)–(33), sin por ello dejar de tener una relación conceptual inmediata con ellas:

(34) **Agrietando** al capitalismo neoliberal. (EC)

(35) **Castillo de naipes** económico. (EC, TC)

(36) Los líderes de los otros tres países del Eurogrupo invitados a la cumbre del G-20 (Alemania, Italia y España) acordaron por la mañana acelerar y **reforzar el levantamiento de un cortafuego** que evite que la crisis griega acabe arrastrando a la moneda única. (EP)

La baja saliencia de estas expresiones está relacionada con la especificidad semántica y con el hecho de que aportan matices connotacionales. En (34) y (35) se extiende la metáfora estructural para poner de relieve sus debilidades; la metáfora representa un comentario sobre el material que compone cada edificio. En (34), es una masa lo bastante sólida como para poder **agrietarse**, antes de desmoronarse, mientras que en (35), la estructura es provisoria, de fino plástico o de papel y sin elementos que le den

cohesión. Por ello está expuesta al más mínimo movimiento o soplo: es incapaz de soportar otros choques de mayor tamaño. En el mismo comentario, queda implícito que las crisis que pueden afectar estas instituciones son movimientos telúricos, vientos fuertes o tempestades. No así en (36), donde las crisis se conceptualizan como incendios y se destaca la cualidad inflamable del edificio. El autor de cada metáfora logra reanimar una conceptualización dormida al presentarla desde un punto de vista diferente, para poner de relieve elementos particulares, dándoles también una lectura única. Al mismo tiempo, estos matices añadidos hacen más complejo el proceso individual de construcción de significado.

Otra conceptualización convencional que aparece bien representada en el corpus es UNA INSTITUCIÓN ECONÓMICA ES UN BARCO, que se basa en dos metáforas convencionales más básicas: LOS PROCESOS SON VIAJES Y LAS INSTITUCIONES SON MÁQUINAS. Algunas de estas son:

- (37) Hay tantos **vientos en contra** para los mercados emergentes. (EC)
- (38) Que los bajistas se alcen con **el timón de la nave bursátil mundial** (EC)
- (39) Los intereses de esas élites económicas que **capitanean las corporaciones multinacionales norteamericanas**. (EC)
- (40) Hemos **atravesado con éxito el Cabo de Hornos**. (EP)

Con respecto al grado de convencionalidad de expresiones (37) a (40), pueden distinguirse varios niveles de prototipicidad, con (40) más lejos del centro, un ejemplo que incluso podría considerarse un caso de innovación léxica: EL CABO DE HORNO ES EL MOMENTO MÁS DIFÍCIL DE UNA CRISIS ECONÓMICA. También aquí, la alta y transparente metafóricidad del vocabulario convencional lo convierte en una fuente útil para extraer contenido creativo a partir de la (re)activación de expresiones metafóricamente transparentes, pero dormidas. Las metáforas lexicalizadas conforman los usos centrales dentro de un paradigma metafórico conceptual en particular (por ejemplo, como veremos en seguida, LA ECONOMÍA ES UN EDIFICIO), un centro a partir

del cual surgen usos novedosos, que poseen una menor (proto)tipicidad y obtienen así mayor resonancia (Hanks, 2006), lo que tiene un efecto de parecer más creativo frente al AD/R. Los ejemplos están en orden, de menor a mayor convencionalidad, comenzando con una frase idiomática de aplicación amplia, más amplia que el dominio de la economía: *vientos en contra*. Esta expresión puede referirse a cualquier inconveniente en algún camino, o dificultad que haga difícil algún trabajo o actividad, y se usa generalmente en singular: *viento en contra*. Se opone en sentido a *viento en popa*: ‘Con buena suerte, dicha o prosperidad’ (Real Academia Española, 2014l). En cuanto a (38), la séptima acepción de *timón* en el diccionario RAE reza ‘Dirección o gobierno de un negocio’ (Real Academia Española, 2014k) y, en (39), el uso de *capitanear* corresponde a la segunda acepción, ‘Guiar o conducir cualquier gente, aunque no sea militar ni armada’ (Real Academia Española, 2014d). En el sentido literal primario, son todas estas parte del vocabulario naviero; en el sentido figurado son muy convencionales. Cómo estas se reelaboran a partir de una extensión onomasiológica hacia los márgenes de la categoría prototípica, más allá hasta un dominio claramente distinto (EL BARCO PIRATA), se expone y elabora en la sección 12.



## 11 Procesos creativos individuales

Esta sección desarrolla en mayor profundidad los procesos cognitivos que ocurren en el nivel individual (de cada hablante) para elaborar metáforas y metonimias cognitivas. Son procesos mentales que, obedeciendo a las intenciones de los SP/W de cumplir con ciertas metas funcionales, generan enunciados creativos a partir de elementos convencionales. Estos procesos forman la primera parte de una serie de pasos que culminan, a veces, en la convencionalización de las unidades que se originan. Las funciones comunicativas que cumplen contribuyen a delimitar significados pragmáticos añadidos, los cuales determinan el potencial de replicación de las expresiones. De resultar pertinentes al contexto y relevantes para la comunidad de AD/R, esta los repite e incorpora a su repertorio de expresiones, de manera tal que, con el tiempo, pasan a lexicalizarse.

La metáfora creativa se origina en «*la interacción* entre el significado de entrada y el contexto que se pone, de cierta forma, en contradicción con ella» (Black, 1996, citado en Blank, 1997). Para describir este primer paso, ofrecemos una aplicación crítica de los esquemas de integración conceptual (*blending*) que se han ofrecido para modelar la creatividad metafórica en los trabajos de Fauconnier y Turner (1998, 2003), Brandt y Brandt (2005) y Brandt (2004), y que se han reproducido en numerosos otros estudios. Además, estos análisis y las consiguientes propuestas constituyen una respuesta al influyente libro *More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor* (Lakoff y Turner, 1989), donde se describen cuatro procesos o mecanismos de innovación metafórica y metonímica identificados en obras literarias clásicas de la literatura inglesa. Aquí, revisamos los conceptos de *extensión*, *elaboración*, *puesta en cuestión* o *composición* como modos de innovación metafórica y exponemos algunas herramientas nuevas que per-



miten describir los procesos conceptuales que están involucrados en la producción y comprensión de figuras nuevas.

En lo que sigue destacaremos las dimensiones estructurales y de contenido semántico-conceptual de las metáforas del corpus: la discusión en profundidad sobre factores discursivos y comunicativos se elabora en las secciones posteriores. Pero, conscientes de que el contenido de una metáfora o metonimia creativa es siempre tanto semántico/conceptual como pragmático/conceptual, introduciremos observaciones sobre función y contexto donde sean necesarias para orientar al lector en el análisis de la estructura conceptual. Discutimos tres procesos de metafóricidad creativa que hemos construido inductivamente a partir de los enunciados metafóricos extraídos del corpus. No serán los únicos procesos de creatividad metafórica que existan: en los procesos de construcción de expresiones figurativas hay todavía mucho por descubrir.

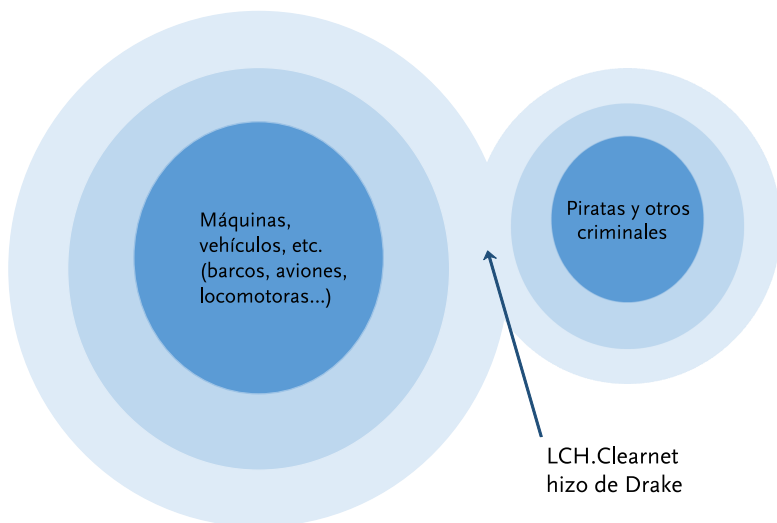
El primer proceso lo hemos denominado *interfaz genérica*, pues consiste en la construcción de un espacio de unión entre lo convencional de la lengua y lo creativo del hablante. Inscrita dentro de una red de integración conceptual, o *blending*, la interfaz entre ambos se establece cuando el espacio genérico absorbe las metáforas o metonimias convencionales como material abstracto para constituir los espacios de entrada. En este proceso, la metáfora (y metonimia) convencional se procesa de modo distinto a la novedosa: como categorización, no como comparación. El segundo proceso, muy frecuente y ya descrito en estudios sobre metáforas en los titulares de prensa, se ha denominado *metáfora de doble proyección* (Herrera-Soler y White, 2009). La particularidad de este proceso consiste en obtener material semántico del dominio meta para construir el dominio fuente, que luego se proyecta (por segunda vez, por eso *doble*) figurativamente sobre el espacio fuente. Por último, nos referiremos a la creatividad accidental de la *metáfora mixta* y a cómo interactúan conceptualmente dos o más dominios fuente elegidos sin pensar y con frecuencia incompatibles.

## 11.1. La innovación como efecto prototípico

Tomando posición acerca de las posibilidades de cuantificar la metafóricidad —es decir, de establecer una manera de comparar distintas expresiones respecto de su innovación vs. convencionalidad—, quisiéramos distinguir entre lo que constituye una innovación léxica, que obedece al patrón convencional y se posiciona cerca del margen (pero ciertamente dentro de la categoría prototípica), y la innovación que es propiamente conceptual. Esta última incorpora suficiente material conceptual para generar implicaturas que gatillen un nuevo cambio semántico, con potencial de generar más implicaturas. Ambas pueden considerarse como lo que (Croft, 2000) denomina *replicación alterada* del signo lingüístico, pero la segunda tiene un impacto mayor en la comunicación: su efecto puede ser menos sutil que una extensión meramente léxica.

La innovación léxica corresponde a los fenómenos de *extensión*, *elaboración*, y *puesta en cuestión* de metáforas conceptuales convencionales. Estas pueden entenderse bajo el prisma de la prototipicidad. En la *extensión* y *elaboración*, simplemente se toman prestadas unidades léxicas nuevas dentro del dominio fuente, para extender el significado más allá del centro, pero no fuera de la categoría prototípica.<sup>1</sup> Para que la expresión sea nueva, las unidades léxicas deben tener baja o nula OCV. Cuando las unidades léxicas convencionales reciben una lectura crítica, que de cierta forma las degenera o subvierte, hablamos de *puesta en cuestión*. La puesta en cuestión, además, es un proceso conceptual que tiene una fuerte motivación funcional y componentes pragmáticos inmediatos, y depende de las intenciones del SP/W. De las cuatro, la *composición* es el único proceso que constituye un tipo de innovación conceptual, pues acerca la expresión metafórica de un dominio conceptual convencional a un nuevo centro prototípico. Es la conclusión natural de la extensión, cuando esta va demasiado lejos y se sale del dominio de la metáfora original. En la figura 11.1 se representa la composición

<sup>1</sup> Lakoff y Turner (1989) no desarrollan la distinción entre elaboración y extensión, por lo cual aquí las trataremos como si fueran una sola.



**Figura 11.1.** Composición conceptual de LCH.CLEARNET ES EL PIRATA DRAKE.

conceptual como desplazamiento entre dos categorías, cada una con un centro diferente. Así, aunque la expresión-producto es metafórica, el paso conceptual innovador es metonímico y produce un desplazamiento desde la NAVEGACIÓN como centro prototípico hacia la PIRATERÍA. Es, así, un ejemplo de *metafonimia*, pues en esta interactúan ambas lógicas de asociación conceptual para realizar una composición metafórica. La composición conceptual puede establecerse con categorías máximamente contiguas, como la de aquí, o mínimamente contiguas, cuando las categorías corresponden a dominios taxonómicos o funcionales más distantes.

## 11.2. La interfaz genérica en metáforas y metonimias creativas

En un reanálisis del ejemplo ya clásico de Fauconnier y Turner, *DEATH, THE GRIM REAPER* —o el segador de la muerte— el producto de una integración conceptual, podremos mostrar cómo los contenidos metafóricos y metoní-

micos convencionales son reclutados en el proceso creativo. En un tipo de proceso, los contenidos convencionales se utilizan como herramientas de categorización que pueden ser modeladas como *información genérica*, que informa la construcción de espacios nuevos mediante *rasgos genéricos* que los espacios de entrada deben compartir. Estos resultados también respaldan la tesis de (Bowdle y Gentner, 2005), según la cual existe una *carrera* de la metáfora (*The Career of Metaphor*), en que las metáforas con más trayectoria, es decir las más convencionales, se procesan cognitivamente como categorizaciones y no comparaciones (como sería típico para la metáfora). Dicho en los términos de Müller (2008), sin duda se activan las estructuras convencionales, pero están quizás más sonámbulas que despiertas.

El empleo del concepto de *interfaz* parece acertado porque destaca el paso semántico que conecta la parte convencional del significado conceptual con los elementos innovadores. Además, refleja la noción (que elaboramos más arriba) del uso creativo y la innovación lingüística como fenómenos que emergen en el intersticio de lo convencional y lo desconocido.

### **11.2.1. Un caso especial de integración conceptual: DEATH, THE GRIM REAPER**

Cuando un *blend* incorpora más de dos espacios de entrada, hablamos de integración múltiple (*multiple blending*). Aunque, usualmente, el *blend* se introduce en la literatura en una configuración mínimamente simple, con dos espacios de entrada, uno genérico y un espacio integrado, es muy común que las expresiones compuestas se nutran de varios espacios de entrada y que, además, establezcan distintas relaciones entre los contenidos de cada espacio. Un ejemplo de esta complejidad lo presenta la expresión inglesa DEATH, THE GRIM REAPER, una metáfora de personificación de la muerte. La traducción frecuente al castellano es *la Parca*, pero provienen de imaginerías diferentes y acarrear diferentes connotaciones, si bien la globalización en los medios parece haber desplazado la imagen original de las Parcas en la mitología clásica y haber asimilado en su lugar la imaginería

del *Segador de la Muerte*, que proviene de la cultura anglosajona donde es, en efecto, sumamente convencional (Evans y Green, 2011, p. 431). Si miramos la figura 11.2 desde abajo hacia arriba, el espacio integrado EL SEGADOR DE LA MUERTE es el producto inmediato de la integración entre EL SEGADOR, LA MUERTE [ES UNA PERSONA] y el EL ASESINO. Hasta aquí, la única variación con respecto del *blending* ejemplar (como el de la figura 1.3, de p.

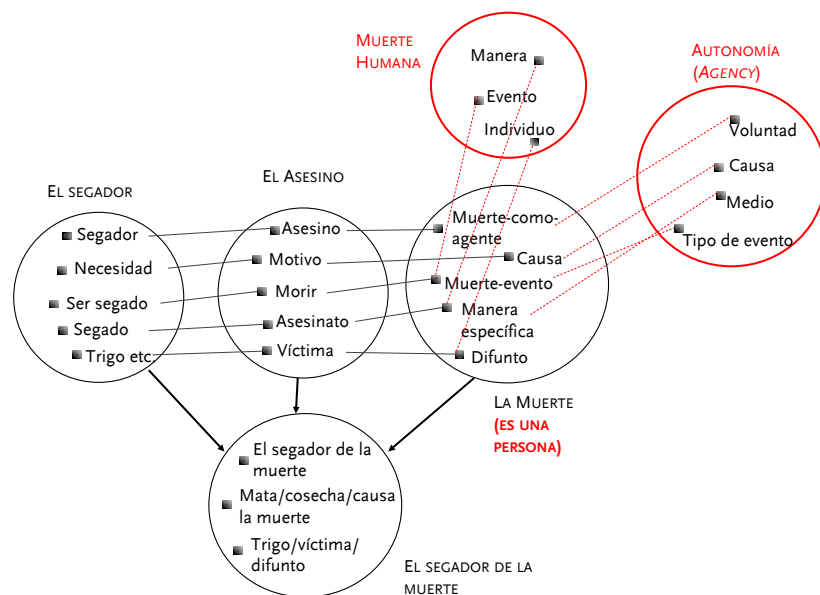
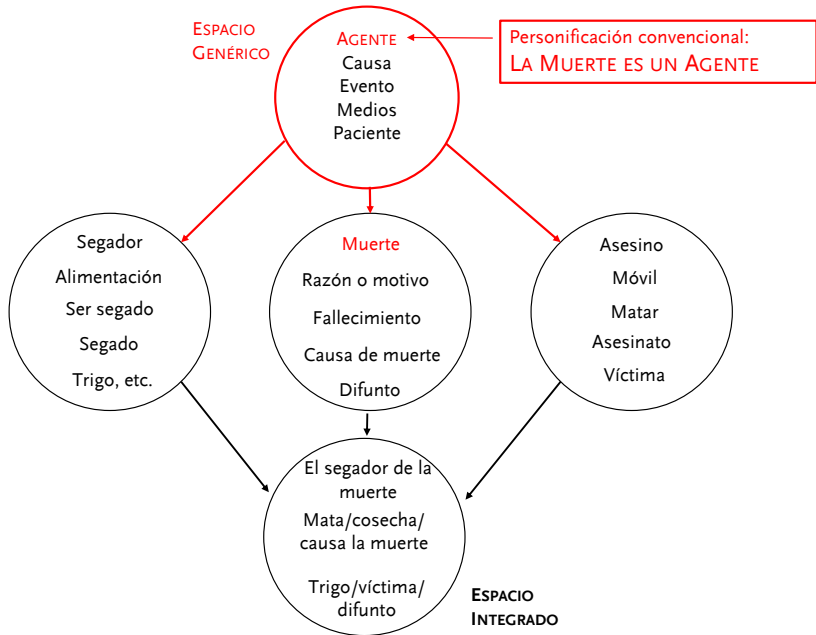


Figura 11.2. EL SEGADOR DE LA MUERTE, adaptado de Evans y Green (2011, p. 432).

60) es la presencia de un tercer espacio de entrada, que aporta también a la composición de la imagen del segador. Incluso se puede observar que la imagen física del segador representa, metonímicamente,

cada uno de los tres espacios de entrada de la red. El esqueleto representa la MUERTE, que es el resultado; la capucha que esconde la cara del segador representa el encubrimiento que caracteriza a los ASESINOS; y la guadaña representa la manera de morir, que deriva del espacio de entrada del SEGADOR. (Evans y Green, 2011, p. 432)

Es una imagen convencional, pero compleja y transparente, por lo que se le estima un potencial enorme de reactivación contextual, a gusto del hablante. Parte de su complejidad estructural emerge del hecho que uno de los espacios de entrada recién mencionados —la MUERTE— es a la vez espacio de integración en una red de integración previa. Este espacio incorpora contenidos de los espacios MUERTE HUMANA y AUTONOMÍA (*agency*),



**Figura 11.3.** Integración conceptual de EL SEGADOR DE LA MUERTE CON interfaz genérica.

lo cual resulta en una noción personificada de la muerte como espacio de entrada para la segunda integración. La gran diferencia en la representación de este ya clásico ejemplo es que se explica aquí a partir de procesos sucesivos de integración conceptual.

Aquí llegamos al límite de lo que el modelo del *blending* puede explicar. El esquema de la figura 11.2 ofrece una representación del contenido es-

tructural y las relaciones estructurales del contenido en la expresión. Esta forma de representación refleja también la sucesividad de integraciones, que además coincide en el orden con la jerarquía de metáforas conceptuales simples (Grady, 1997; Lakoff y Johnson, 2003) (como la personificación, una variante de la metáfora ontológica) y patrones metafóricos conceptuales más complejos (como un constructo cultural del tipo DEATH, THE GRIM REAPER). Sin embargo, no refleja que la sucesión de procesos es un fenómeno temporal, por tanto diacrónico, ni que existen diferencias cualitativas en la forma de procesamiento de ambos procesos sucesivos. En contraste, la figura 11.3 (p. 181) ofrece una alternativa donde el contenido convencional que resulta del proceso de integración (que es temporalmente anterior), la muerte personificada, se integra al espacio genérico como información que configura la categoría semántica convencional AGENTE, la cual incorpora la reciente acepción metafórica de MUERTE como parte íntegra de la categoría literal. Una representación genérica del *blend* previo logra tomar en cuenta las diferencias en grado de convencionalidad, transparencia metafórica y tipo de procesamiento, entre ambos niveles de integración.

En esta aplicación del modelo de integración conceptual puede verse claramente el valor descriptivo del espacio genérico, lo cual es un buen argumento para mantenerlo en el modelo. En lo sucesivo, entonces, aplicaremos el modelo semiótico de integración conceptual con inclusión del espacio genérico como «filtro» entre el contexto y los espacios de entrada, como se puede apreciar en 11.2.3 y el análisis de *Una ensalada de impuestos verdes* que se presenta en la figura 11.5 (p. 186).

### 11.2.2. El *banco pirata*

Hemos visto más arriba que es convencional la metáfora de LAS INSTITUCIONES SON BARCOS, un subgrupo de la metáfora mecánica para las instituciones económicas. Consideremos el ejemplo siguiente, que la extiende:

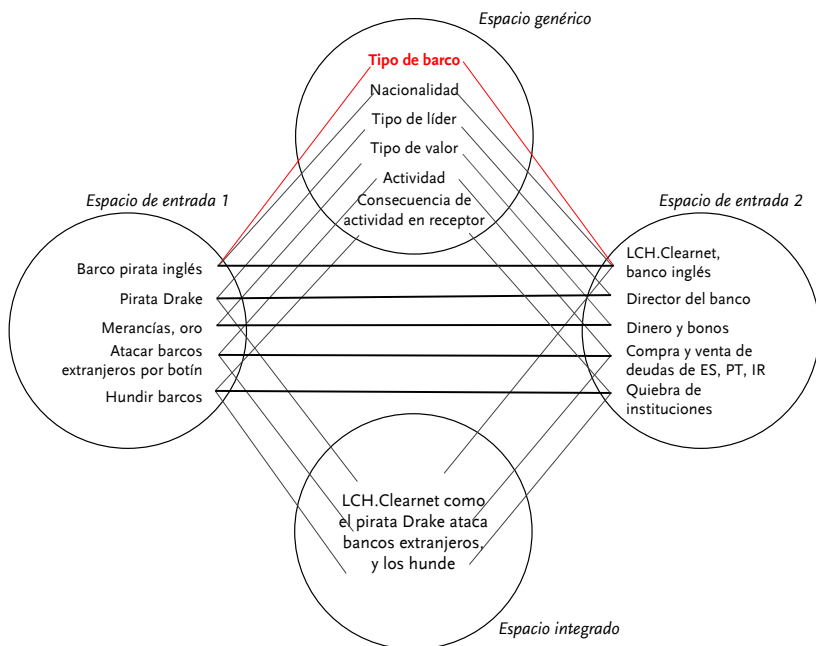
- (41) Victoria pírrica de los piratas [...] Y a fe que el pirata actúa como pirata cuando dispone de patente de corso. Lo hizo la principal de

estas cámaras, poseída por la Bolsa de Londres, LCH.Clearnet, en un momento álgido de la crisis de la deuda periférica. [...] Españoles, portugueses, italianos e irlandeses tienen buenos motivos para recordar su infausto nombre. [...] LCH.Clearnet (u otra) garantiza cobros o pagos, y endurece y relaja a su placer las condiciones. Si las agrava, exige más bonos a cambio del mismo dinero, deprecia la deuda española y **la hunde**. **LCH.Clearnet hizo de Drake**. (EP)

Aquí tenemos una metáfora extendida que describe un banco inglés y las actividades financieras del mismo en Europa —compra y venta de deuda soberana— utilizando como marco la piratería y un pirata en particular, Sir Francis Drake. Abordamos tres aspectos centrales del ejemplo: 1) La adición de un elemento semántico adicional, *PIRATA*, que aparta el enunciado de la metáfora conceptual prototipo y, mediante esta adición, logra generar implicaturas valorativas nuevas y exclusivas, que no comparte con la metáfora conceptual convencional de la que se desprende. 2) La base metafórica convencional se adapta a este nuevo enunciado como información genérica en el espacio genérico del *blend* (ver figura 11.4, p. 184).

Si las instituciones SON barcos en virtud de la convencionalidad que poseen, la cual promueve su procesamiento como categorización, el ejercicio instanciará en cada uno de los dos espacios ‘un tipo de barco’: el barco pirata de Drake y el banco LHC.Clearnet. Nótese además que el enunciado *LCH.Clearnet hizo de Drake* personifica el barco en la figura del capitán. El banco-barco no es el barco de Drake, sino el pirata mismo. 3) El elemento semántico añadido ofrece una valoración original, negativa, de las acciones del banco, valoración que también funciona como elemento argumentativo en el discurso. Además, el enunciado reconceptualiza el referente, haciendo visible y poniendo de relieve la participación del gobierno inglés en sus negocios. Esta interpretación se reconoce gracias a los antecedentes históricos, conocidos por la comunidad lectora del periódico (en España, uno de los rivales históricos del imperio inglés), y debe resolverse en un paso pragmático adicional al *blend*. Por eso, este fenómeno, que se describe en





**Figura 11.4.** Integración conceptual: LCH.CLEARNET ES EL PIRATA DRAKE.

el siguiente apartado, se denominará *interfaz genérica*. Proponemos esta modificación del modelo de integración conceptual para dar cuenta de este matiz en el significado y explicar cómo se relaciona con la creatividad.

### 11.2.3. Una ensalada de impuestos verdes

En castellano, inglés y alemán, entre otras lenguas, VERDE es una metonimia conceptual convencional para referirse a temas ecológicos, como el partido político ecologista, o los impuestos medioambientales. Este significado convencional se aprovecha para construir una nueva expresión, proviene de una integración previa, ahora convencional:

- (42) [E]stos sabios proponían revisar **la ensalada de impuestos verdes** locales y autonómicos. (EP)

El lector puede identificar fácilmente el referente: el verde es un índice, un rasgo asociado de forma muy saliente con la naturaleza, por lo menos en nuestra cultura occidental; tiene una alta saliencia onomasiológica. La metáfora usa esta colocación transparente y convencional como punto de partida, reactivando la metonimicidad y expresando un significado nuevo. El verdor como ‘cualidad de medioambiental’ se ha incorporado convencionalmente a la polisemia de *verde* y, en tanto cualidad esquemática, puede formar parte del espacio genérico. Así, los espacios construidos en la metáfora creativa, ajustándose a las categorías inscritas en el espacio genérico, tendrán que ser ‘un tipo de objeto verde’. En otras palabras, los espacios de entrada que se formen bajo el espacio genérico tendrán que poder ser *categorizados* como verdes, antes de poder integrarse. Dentro de esta nueva categoría convencional, *ensalada* profundiza y escapa del prototipo, además de aportar nuevas implicaturas deónticas que deben resolverse en la comunicación. Constituye, además, un ejemplo adicional de interacción entre metáfora y metonimia (metafonomía) para la construcción de una expresión metafórica. La figura 11.5 representa el significado que emerge de la expresión *una ensalada de impuestos verdes* mediante una integración conceptual que incluye los elementos pragmáticos. Contexto de enunciación y cotexto del enunciado se representan en el *espacio semiótico* (siguiendo a Brandt y Brandt, 2005), que contiene información relevante acerca del mundo, tal y como lo percibimos (*fenomundo*), la *situación* comunicativa y el *acto semiótico* en sí, como lo experimentan los interlocutores. Este espacio integrado contiene las implicaciones de relevancia que el receptor debe identificar para reconstituir el significado del hablante. La comprensión que el receptor tenga de la situación discursiva y de la *relevancia situacional* le permitirá reconstruir los espacios de *presentación* y *referencia* (entrada 1 y 2 del modelo clásico de integración conceptual).

Cabe señalar que, aunque el modelo original de Brandt y Brandt asimila el espacio genérico al mundo de los fenómenos, estos ejemplos demuestran que todavía merece contemplarse por separado, pues constituye una categoría especial dentro del conocimiento enciclopédico del mundo: es

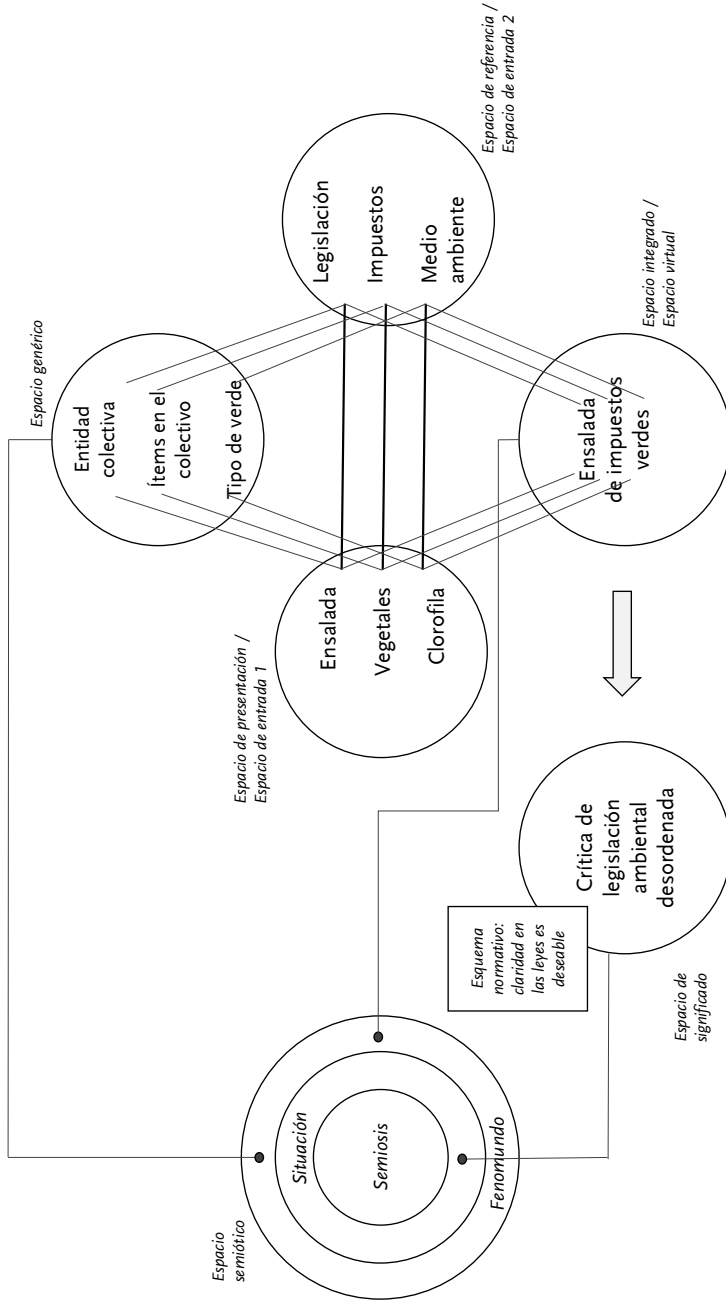


Figura 11.5. Modelo semiótico de integración conceptual: Una ensalada de impuestos verdes.

contenido convencional esquemático que funciona como categorización. Si bien coincidimos con Brandt y Brandt en que el fenómeno de la metáfora expresiva en su totalidad no constituye una categorización, sí hay elementos (metonímicos y metafóricos) del proceso que dependen de categorizaciones previas para establecer relaciones coherentes y culturalmente aprehensibles entre los espacios. Sin la metonimia convencional de los temas medioambientales como VERDES, la metáfora global no puede conseguir la meta comunicativa.

La integración conceptual ocurre cuando ambos espacios se proyectan sobre un *espacio virtual*, en el cual existe la imaginación de una ENSALADA DE IMPUESTOS que son virtualmente verdes. Un esquema valórico que construye el significado emergente como algo desordenado (además de verde) se corresponde con la *relevancia argumental* y se obtiene a partir del *fenomundo*. Por último, la relevancia ilocucional se relaciona con los efectos del enunciado, en este caso el hecho de que se utiliza como un elemento de estilo, cuyo objetivo es llamar la atención del lector.

### 11.3. La metáfora de doble proyección

Los siguientes son ejemplos de un tipo de metáfora muy común en el corpus:

- (43) Mercadona es sin duda el líder de la distribución de la **alimentación** en España. Ha sido capaz de crecer en ventas durante toda la crisis. Sin embargo, la cadena [...] ha **entrado en una fase de digestión**. (EP)
- (44) **Sombras** en la nueva tarifa de la **luz**. (EP)

Para ambas metáforas la fuente proviene del tema del texto. Son gatilladas por el cotexto y el efecto más saliente es estilístico: un «guiño» humorístico al lector, un juego de palabras. En (43), una metáfora alimenticia (LAS GANANCIAS SON COMIDA) se utiliza para referirse a la desaceleración de una compañía después de tener un período de crecimiento económico.

Existen ya muchas metáforas conceptuales convencionales en el castellano y en otros idiomas para referirse a los procesos micro y macroeconómicos. Una de estas es MÁS ES MÁS GRANDE, a la que también hace referencia este enunciado: *capaz de crecer en ventas*. La metáfora en (44) también se ve gatillada por el tema: *hay sombras en la cuenta de la luz*. Sabemos que *la luz* es una metonimia convencional que significa ‘electricidad’. A causa de este mecanismo, Kövecses identifica este tipo de metáfora como ejemplos de variación metafórica, en los que «la elección depende del significado de los constituyentes de la oración. A saber, en este caso, lo que podríamos considerar como el tema, o tópico» (Kövecses, 2009, pp. 12–13).

También se ha descrito como *double foregrounding*, (Brone, 2005, p. 75, citado en Herrera-Soler y White, 2009), *doble proyección* y como *interfaz literal-figurativa*, un patrón caracterizado por una «condition whereby lexis proper to the semantic field of the subject matter under discussion is employed figuratively. [...] and] there is a leakage from mainstream denotative to figurative senses» (Herrera-Soler y White, 2009, p. 136–137). Este tipo de expresión se caracteriza también por iniciar el procesamiento con un paso metonímico entre elementos en el dominio meta, una vez que este ha construido el espacio mental correspondiente. Por esta razón, se ha denominado doble proyección: hay dos pasos proyectivos, un paso metonímico en el interior del espacio, luego uno metafórico hacia otro espacio diferente (ibid., p. 137).

En términos funcionales, a diferencia de la metáfora cuya interfaz es genérica, el alcance discursivo de la metáfora de doble proyección no parece extenderse más allá del contexto de uso inmediato; generalmente, el efecto de llamar la atención al lector agota el potencial funcional que puede tener en el discurso. No obstante, puede suceder que la proyección metonímica adquiera un valor funcional más, como en el caso de (44), donde SOMBRAS añade un significado metafórico que representa los cambios legales de modo sospechoso, dudoso, cuestionable. Con matices diferentes, la interfaz doble aparece con frecuencia en periódicos españoles y de habla inglesa,

especialmente en titulares, con los que coincide en la función «llamativa» que desempeñan, de captar rápidamente la atención del lector.

#### 11.4. La metáfora mixta

Aunque constituyen en la mayor parte casos no deliberados de innovación, las metáforas mixtas dan como resultado enunciados que pueden integrarse conceptualmente y, con frecuencia, generar *composiciones* (ver 11.1) a partir de dominios conceptuales muy distantes entre sí. Además, Müller (2008) ha mostrado que las metáforas mixtas pueden visibilizar la compleja interacción semántica que ocurre cuando hay metáforas o metonimias, con varios grados de metaforicidad, en la misma expresión: se gatillan procesos de integración conceptual que deberán ser resueltos por el lector según las asociaciones que le produzcan. Pues, como se ha postulado más arriba, una consecuencia de la metaforicidad transparente y frecuente en la economía son las metáforas mixtas. Estas se producen cuando el hablante no identifica una, o más de ellas, como tales y las utiliza cual literales. Son enunciados como el siguiente:

- (45) En **el pico de la burbuja** [...], el abandono escolar creció hasta ser el más alto de Europa. (EP)
- (46) Europa, **metastizada** de populismo y **minada** por el escepticismo ciudadano, tendrá **que dejar de mirarse el ombligo** y pagar la estabilización de Ucrania. (EP)

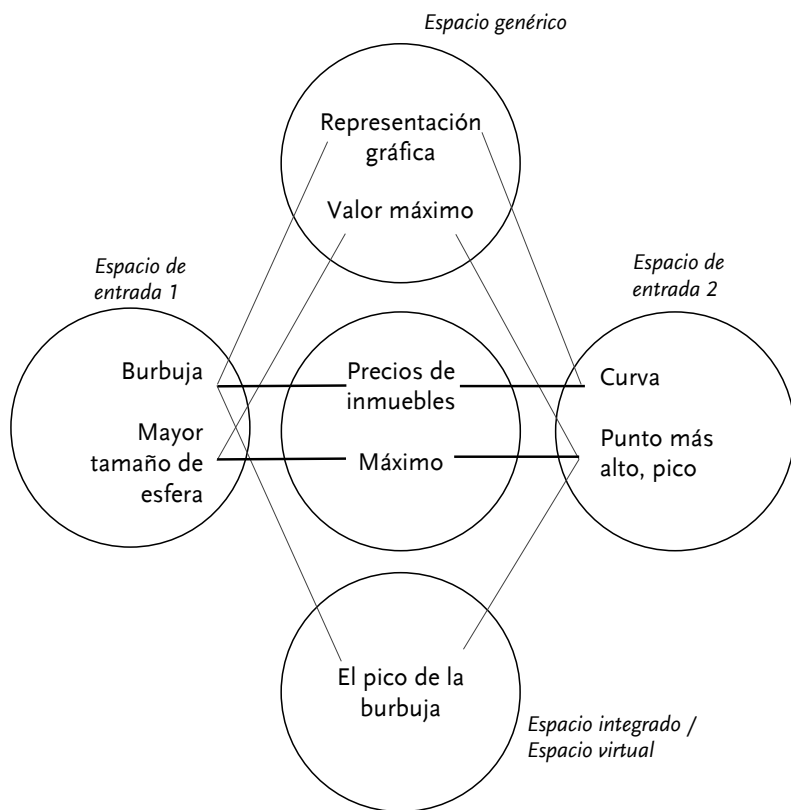
Aunque conllevan efectos paradójales, incluso confusos, en el lector, son proposiciones que sí logran resolverse en la mayoría de los casos. Sí comunican. Demuestran, según Müller, que «language production is always a process of online meaning construction, which may counter conventional uses of metaphors and still make sense» (Müller, 2008, p. 176). También, estos enunciados ponen de relieve el dinamismo que esconde una representación gráfica —estática— del proceso cognitivo que las construye. El modelo de integración conceptual refleja el contenido del producto, pero

también «what they actually depict are often successive steps in a process of meaning construction» (ibid., p. 176). La variabilidad de activación que poseen metáforas convencionales y transparentes eleva las posibilidades de que la creatividad metafórica produzca enunciados mixtos, es decir, metáforas mixtas. Un error en de la comunicación, en que lector y escritor no comparten la misma interpretación, puede generar efectos extraños e incluso humorísticos, como ocurre en el siguiente ejemplo.

- (47) En **el pico de la burbuja** [...], el abandono escolar creció hasta ser el más alto de Europa. (EP)

Sabemos que las burbujas son figuras geométricas regulares: una esfera perfecta. Es impensable que una burbuja tenga un pico: se rompería y dejaría de ser burbuja. Por supuesto, eso es precisamente lo que ocurrió en 2008, pero no es probable que el autor de este enunciado tuviera eso en mente. Tampoco es indiscutible que se trate de una metáfora innovadora: no sabemos si se trata de un uso intencional. El pico, del inglés *peak*, hace referencia a otra metáfora conceptual muy convencional en la economía, que representa espacialmente la magnitud de los fenómenos, en un eje vertical: MÁS ES ARRIBA, MENOS ES ABAJO. Las alzas súbitas que luego descienden rápidamente se denominan *picos*. Aquí, la metáfora es montañesa. La metáfora mixta se resuelve porque el lector puede distinguir ambas partes del enunciado e interpretarlas por separado, para dar con el significado de las mismas.

Dada la alta convencionalización de estas metáforas, a pesar de la transparencia que exhiben, es concebible que los usuarios de estas no se percaten de esto y las utilicen sin prestar atención a la transparencia. Entonces, las usarán desactivadas o dormidas, o como categorizaciones. Luego podrán yuxtaponerles innovaciones que, para otro lector atento, que sí tienda a utilizarlas activadas (y a procesarlas como comparaciones), parecerán extrañas. Es probable que sea la yuxtaposición misma la que reactive su metaforicidad.



**Figura 11.6.** Integración conceptual de *El pico de la burbuja*.

Müller argumenta que el efecto de las metáforas mixtas es posible gracias a que las metáforas verbales convencionales —aquellas consideradas muertas— sí mantienen algo de transparencia metafórica durante el uso. De otro modo, «¿cuál es el problema en combinar metáforas convencionalizadas, supuestamente muertas y que poseen distintas raíces léxicas, si estas raíces ya se han cortado?» (Müller, 2008, p. 138). Müller también argumenta que el sentido común acerca de las metáforas mixtas, de que se trata de un error estilístico, proviene de una visión normativa de la lengua, «the perspective of the linguistic expert (the collective-mind view)», opues-



ta a la del individuo «who produced the mix (the individual-mind-view)» (Müller, 2008, p. 146–147). Un exámen del fenómeno de la metáfora mixta busca:

[To] rehabilitate the perspective of the producer of mixed metaphors. The phenomenon of mixing metaphors is a highly revelatory form of metaphor use in discourse, for it allows us to reconstruct how language users experience and process metaphoricity in conventionalized verbal metaphors when they speak or write. (Müller, 2008, p. 147)

Ya se ha señalado que las metáforas mixtas se encuentran con frecuencia en la economía, como consecuencias del amplio complejo metafórico convencional que las subyace. Ocurren, entonces, porque el hablante pierde conciencia de la metaforicidad de alguna o todas las metáforas involucradas. El resultado es una inconsistencia en el nivel literal, inconsistencia que motiva el término alemán que se refiere a estos fenómenos: *Bildbrüche*, o ‘quiebres de imagen’ (Müller, 2008).

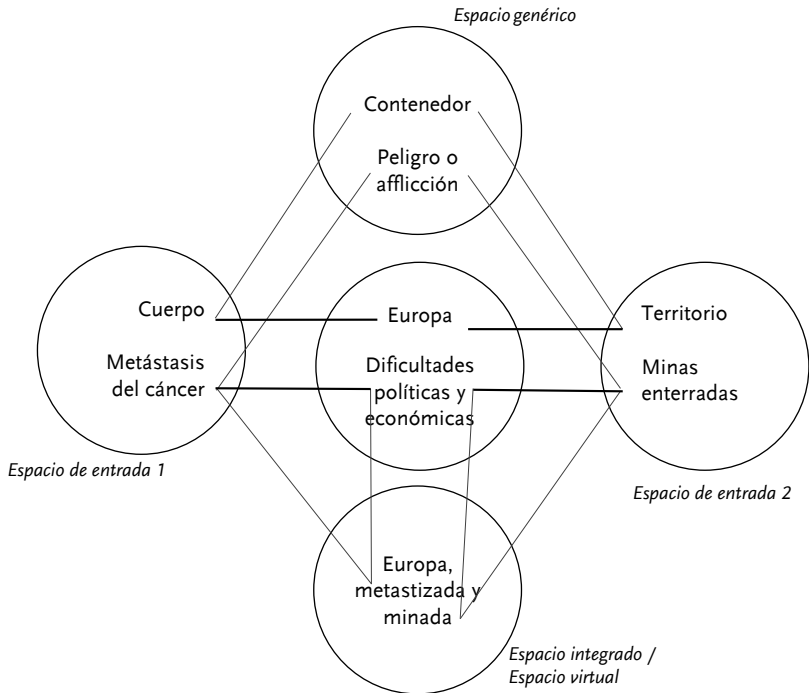
El pico de una burbuja es una construcción difícil de imaginar, pues la existencia de una burbuja depende del balance perfecto en una figura esférica. Cualquier tipo de *pico* lo rompería, destruyendo la burbuja. Los hablantes, en su mayoría, aceptarán esta verdad: las burbujas literales son esféricas y no pueden tener «picos». Pero en el nivel figurativo, la expresión sí parece tener sentido. En esta lectura, un *pico* es la metáfora topológica que denota el valor más alto de una *curva* (otra metáfora) que describe el desarrollo de cualquier medida, como el valor de los inmuebles. *El pico de la burbuja* se refiere aquí al momento en que el valor de los inmuebles alcanzó un máximo. La burbuja, por supuesto, se refiere a la subida incontrolable de estos precios durante la crisis financiera y las deudas impagas a causa de ello. Es decir que, a pesar de la inconsistencia literal, esta es una metáfora coherente: posee entrañamientos compartidos.

La metáfora que sigue conceptualiza Europa como un cuerpo viviente, pero también como un territorio, lo que genera una imagen inconsistente:

- (48) Europa, **metastizada** de populismo y **minada** por el escepticismo ciudadano. (EP)

Un cuerpo puede sufrir una enfermedad metastásica —una forma avanzada de cáncer— pero un territorio no puede hacerlo, por lo menos no de forma literal. Del mismo modo, un territorio puede contener minas antipersonales,<sup>2</sup> pero un cuerpo no. Como existe una inconsistencia literal, tenemos aquí una metáfora mixta. Pero tal como en (48), la metáfora sí parece tener sentido desde la perspectiva del lector y el autor debe haber tenido un concepto claro del contenido conceptual de la misma.

Müller propone que un análisis de la integración conceptual que ocurre en este tipo de metáforas puede ayudar a entender cómo funciona esta pa-



**Figura 11.7.** Integración conceptual de *Europa, metastazada y minada*.

<sup>2</sup> No está claro a qué acepción de *minado* se refiere el texto, pero como ambas lecturas metafóricas se aplican a territorios como entidades físicas ('agujereado' o 'lleno de bombas'), cualquiera de las dos lecturas produce una metáfora mixta en esta expresión.

radoja. Es interesante recalcar que, también en estas metáforas mixtas, una parte del contenido genérico proviene de una metáfora muy convencional, primaria: EL TIEMPO ES ESPACIO. Además, no toda la información proveniente de los espacios de entrada termina se proyecta al espacio integrado. Mediante la *proyección selectiva*, el hablante juzga cuáles elementos de los espacios son salientes y pueden proyectarse «from one input space onto another one and projected from a blended space where they [are] combined, interacted, and produce new meaningful structures» (Müller, 2008, p. 167). Esto también sucede aquí: cada *blend* suprime elementos de los espacios de entrada que serían irrelevantes, o incluso contraproducentes, para la reconstrucción del significado.

Así, en (47) (figura 11.6) se suprime la estructura de la burbuja especificada como representación gráfica en el espacio 2, donde el máximo es un *pico*, y se adopta para el valor máximo la estructura que proviene del primer espacio: el tamaño de la burbuja. El ejemplo (48) (figura 11.7) omite las metáforas ontológicas que se han instanciado en ambos espacios, pues son incompatibles, y proyecta los elementos que sí tienen algo en común: los peligros que Europa contiene en sí, conceptualizados como CÁNCER y MINAS ANTIPERSONALES (ambos de los cuales se encuentran dentro de contenedores, ontológicamente hablando).

Como casos especiales de uso creativo de metáforas/metonimias, las metáforas mixtas pueden clasificarse, en general, como instancias de creatividad involuntaria con el potencial de motivar significado emergente, si bien este significado tendrá poco potencial de convencionalizarse dadas 1) la baja iconicidad y 2) la baja relevancia, por el alto costo de procesamiento del significado. La baja iconicidad deriva de la «deforme» forma literal, que, más allá de ser memorable por absurda, no logra generar implicaciones nuevas. La tendencia del hablante y del oyente a reducir el esfuerzo de procesamiento reduce las posibilidades de que los espacios conceptuales se integren totalmente, si bastan solo algunos elementos para comprender el enunciado.

## 12 Las metáforas en el discurso

### 12.1. Contexto político y social del discurso en análisis

#### 12.1.1. La transición chilena a la democracia (1990–2011)

Se ha estudiado la génesis de cierto tipo de discurso asociado con el neoliberalismo económico, que fue popularizado por el economista Milton Friedman y difundido en Chile a partir de los llamados *Chicago Boys* durante la década de los setenta y ochenta. Este grupo de economistas, asociados a la Facultad de Economía de la Universidad Católica de Chile (PUC) y la Universidad de Chicago, tuvo una libertad de acción sin precedentes<sup>1</sup> para definir el sistema político y económico que vendría a establecerse en Chile durante esa época, que sería en parte responsable del *milagro de Chile*: el altísimo crecimiento económico que el país experimentó en la década de los noventa (Gárate, 2012a). Si bien el cambio de modelo ocurrió en un contexto de dictadura, es decir, sin la existencia de una oposición política legal con recursos para poner resistencia dentro del sistema, el gobierno realizó un trabajo paralelo de legitimación frente a la opinión pública (Gárate, 2012a, p. 111). Fue una campaña muy exitosa, que caló hondo en la conciencia cívica de toda la nación y creó un tipo de discurso político saturado de expresiones que reflejan la ideología o mitología política (Charteris-Black, 2009) neoliberal, de una manera que se ha considerado convencional, de sentido común y mucha lógica realista, hasta hace muy poco tiempo. Gárate lo expresa de este modo:

Uno de los elementos centrales de la visión de la escuela económica de Chicago es la definición de su disciplina, y especialmente de su propia corriente como una ciencia positiva, en el mismo plano de las ciencias de la naturaleza. Sin embargo, el uso de conceptos como ‘equilibrio general’ o ‘utilidad máxima

<sup>1</sup> Un «cheque en blanco», si se quiere.

individual' no solo dan cuenta de una visión filosófica sobre el ser humano, sino que también respecto del 'deber ser' de la sociedad en términos políticos y sociales (aspecto normativo). (Gárate, 2012b, p. 109)

Se ha denominado *pedagogía monetarista y vulgarización del discurso económico*, y se llevó a cabo en revistas de alta circulación mediante el uso sistemático de «metáforas y explicaciones didácticas» para «producir e imponer representaciones (mentales, verbales, visuales [...]) del mundo social» (Bourdieu, 2009) y legitimar las políticas del gobierno durante la dictadura. Según las observaciones de Gárate, existían factores de formato que condicionaban el tipo de lenguaje que se usaba, con la función organizadora y pedagógica interactuando con la función ideológica: «el formato de la prensa escrita de la época, que obligaba a los economistas a justificar su accionar mediante un lenguaje menos técnico» (Gárate, 2012b, p. 111).

Pero, si es posible hablar de *discursos en crisis*, la crisis de este discurso en particular se manifestó con fuerza tras las masivas protestas callejeras de los estudiantes secundarios (apodada *revolución de los pingüinos*) en 2006. En 2011, cuando los secundarios (ex pingüinos) lideraron multitudinarias protestas con el apoyo de profesores, trabajadores de la salud y otros gremios profesionales, los reclamos en contra de la *educación de mercado* se habían transformado en una crítica más general al sistema neoliberal. De forma sintomática, ese mismo año el presidente de centro-derecha, Sebastián Piñera, articulaba la postura oficial del gobierno respecto del sistema educativo en Chile. El 19 de marzo de ese año, en medio de las marchas que expresaban el descontento entre escolares, universitarios, luego profesores y personal académico (y, más tarde, padres, apoderados y trabajadores de otros rubros en lo que fue una verdadera avalancha de protestas contra el estado de la educación en el país), el presidente dio un discurso inaugural en la nueva sede del centro de formación técnica DUOC-UC:

Requerimos, sin duda, en esta sociedad moderna una mucho mayor interconexión entre el mundo de la educación y el mundo de la empresa, porque la educación cumple un doble propósito: **es un bien de consumo**. Significa conocer más, entender mejor, tener más cultura, poder aprovechar mejor los instrumentos y las oportunidades de la vida para la realización plena y per-

sonal de las personas, pero también la educación tiene **un componente de inversión**, que es mejorar nuestras capacidades para **aportar al proceso productivo**. (Cooperativa.cl, 2011, énfasis añadido)

Si esta conceptualización parece evidente para alguien, es porque el lector ha internalizado una noción neoliberal acerca del mercado y las relaciones económicas como la principal lógica que rige las relaciones sociales. El sistema económico se ha *exnominado* a sí mismo: la función ideológica de la metáfora en su máxima efectividad. En contraste, el debate iniciado por los estudiantes puso en oposición la educación como bien de consumo y la educación como *derecho social*; una discusión sobre el financiamiento del sistema educacional opuso los impuestos como *precios* por productos y servicios, como la educación o la salud pública, y como *contribuciones al bienestar de la comunidad* en su totalidad, que desacopla el monto que se paga del servicio que se disfruta (Atria, 2014; Häuser, 1986; Salgado y Atria, 2014). La diferencia se encuentra en el nivel abstracto, ontológico, donde la metáfora cumple un rol constituyente. Así, constituye un *frame* alternativo con material conceptual a expresarse mediante conceptualizaciones innovadoras.

En el Chile de hoy, estas dos conceptualizaciones distintas del sistema social funcionan como uno de los principales factores de polarización ideológica entre sujetos que expresan opiniones respecto de las cuestiones sociales en la prensa. Así, la plataforma electoral que le dio el triunfo a la coalición de izquierdas liderada por Michelle Bachelet, la *Nueva Mayoría*, en las elecciones presidenciales de diciembre de 2013 prometía extensas reformas sociales para mitigar la tremenda desigualdad social que Chile, tras veinticinco años de altísimo crecimiento económico, no había logrado resolver. La reforma educacional ofrecería una segunda oportunidad de hacer las cosas bien. La reforma tributaria, lograda en 2014, y la reforma laboral tramitada en 2015 eran dos del trío de reformas legales propuestas en el programa de oficial del gobierno. Todas estas reformas han suscitado polémicas que se ven reflejadas en el discurso de los medios.

La polarización de ideologías y discursos sobre las cuestiones sociales se puede estudiar a partir de sus huellas lingüísticas en el discurso. El analista crítico del discurso reconocerá aquí una oportunidad única de honrar el principio de Barthes: que no haya «denuncia sin su instrumento fino de análisis» (Barthes, 2008, p. 12). El instrumento fino que se propone aquí, el marco conceptual de nuestro trabajo, puede aportar granularidad y precisión a la denuncia social. Por otra parte, las discusiones documentadas en este marco aportan pruebas lingüísticas esenciales para observar las estrategias retóricas que explotan la metáfora en tanto expresión convencional y creativa. En esta explotación, podemos observar cómo interactúan parámetros discursivos que inhiben o promueven la comunicación del significado ostensible, así como los que inhiben o promueven la lexicalización de las expresiones creadas nuevas para la situación comunicativa.

En lo que sigue, entonces, estudiamos en detalle algunas de las metáforas que se expresan dentro de este debate para ofrecer contradiscursos con conceptualizaciones nuevas, o argumentar a favor del antiguo sentido común neoliberal con metáforas nuevas.

### **12.1.2. España en la Unión Europea después de la crisis**

Una parte importante de nuestro corpus de expresiones y varios de los ejemplos relevantes se registran en el contexto de la política española. Por ello, ofrecemos aquí también un breve resumen de sus características, bajo la premisa fundamental de que se trata de contextos productivos de expresión metafórica.

La recesión mundial después de la crisis de 2008 y la pertenencia de España al mercado común de la Unión Europea son los contextos más importantes de entender para situar el actual discurso mediático sobre política y economía en España. Los efectos de la crisis inmobiliaria —alto desempleo, alto déficit fiscal— se enfrentaron con una fórmula de austeridad, promovida por el Banco Central Europeo (BCE) y el Fondo Monetario Internacional (FMI) como la solución al endeudamiento en los países del sur

de Europa (Casais Padilla, 2011). Estas medidas de austeridad involucraron extensos recortes en los sectores públicos y siguen causando malestar entre la población. Al igual que en Chile, el año 2011 en España fue una fecha clave para las manifestaciones sociales. Los *indignados* del 15M se reunieron a protestar la orientación corporativa de las reformas para paliar la recesión y la falta de participatividad en el sistema democrático (Díez *et al.*, 2011); la reunión resultó fundacional para un movimiento social que ha logrado redibujar el sistema español de partidos. La falta de oportunidades para los españoles jóvenes, la ola de desahucios a consecuencia de la burbuja inmobiliaria, los recortes en salud y educación y la flagrante corrupción de la élite política han sido las causas inmediatas de las protestas en España. También constituyen los temas más polémicos que se discuten en los medios de comunicación masiva, lo cual se refleja en las metáforas que encontramos en el corpus.

## **12.2. La metáfora y *contrametáfora* en la prensa económica**

Las metáforas que se exponen a continuación son utilizadas en enunciados concretos que tienen fines comunicativos diversos y funcionan para configurar intercambios discursivos donde se negocia el significado de las metáforas y la perspectiva (*framing*) que dominará el discurso público acerca de temas económicos. Comenzamos elaborando la perspectiva funcional que se ha expuesto en la sección 3 con ejemplos que dan cuenta de la misma, así como su relación con las estrategias de discurso. Luego, hacemos un análisis enfocado sobre dos dominios meta: el sistema económico (o *modelo* económico), aquella realidad abstracta difícil de aprehender, que ha sido objeto de muchas conceptualizaciones distintas, y las relaciones entre trabajadores y empleadores, aquello que se conoce comúnmente con la metáfora de *mercado laboral*.



### 12.2.1. Funciones comunicativas de la metáfora económica: la argumentación

A diferencia de la función ideológica, que busca convencer, pero no necesariamente comunicar de modo transparente, la función argumentativa es explícitamente comunicativa y no busca —ostensiblemente— esconder nada sino, por el contrario, *exponer* claramente un punto de vista. Los siguientes ejemplos son parte de una metáfora extendida, deliberada, que aplica la interfaz genérica, integrando en el espacio genérico LAS POLITICAS ECONÓMICAS SON RUTAS, asociación que forma parte de la metáfora conceptual LAS INSTITUCIONES SON BARCOS y le agrega contenidos. En estos ejemplos, se nombran dos rutas específicas:

- (40) Hemos **atravesado con éxito el Cabo de Hornos**. (EP)
- (49) Erradicar el déficit primario, algo que Grecia, Portugal e Italia ya han logrado. Pero estos países han optado por **la ruta del canal de Panamá**, mientras nuestro presidente ha metido a los 46 millones de españoles en el **Cabo de Hornos**. (EP)
- (50) La creencia de que hemos **doblado ‘el Cabo de Hornos’**, si la metáfora significa que ya las decisiones difíciles están tomadas y que **el rumbo es el correcto**, se convierte en una seria amenaza a nuestro progreso económico. (EP)

Al igual que otros ejemplos mencionados más arriba, estos extienden la metáfora LA INSTITUCIÓN ECONÓMICA ES UN BARCO. Así, comparten las implicancias originales relacionadas con su estructura. A diferencia de las expresiones convencionales, estas expresiones añaden contenido valorativo respecto de la ruta —el plan de reformas o medidas administrativas— que ha sido elegida por el gobierno que está *al timón*. Forman parte de un intercambio discursivo de tipo expositivo-argumentativo en torno a la crisis europea, las impopulares medidas de austeridad y la evolución del progreso que lleva la economía española.

El ejemplo (40) es parte del discurso que el presidente del gobierno español, Mariano Rajoy, dio en 2014 frente al parlamento durante el debate anual sobre el estado de la nación. La metáfora hace referencia al cruce del Atlántico al Pacífico que intentó realizar Hernando de Magallanes en una expedición para dar la vuelta a mundo —hay una valoración implícita del camino como *largo*, que Rajoy puede haber advertido—. Sin embargo, su intención parece ser destacar que ya se puede avistar el fin de la travesía, porque pasar el Cabo de Hornos confirmaría que se trata de un camino efectivo y no de una quimera, ni del camino equivocado. El Cabo de Hornos funciona como metáfora, pero también como índice metonímico para la travesía completa. Este guion (*script*) se utiliza para comunicar que existe un plan efectivo, una lógica que explica las medidas del Gobierno. Luego, un escritor crítico en (49) pone en cuestión la valoración de Rajoy y extiende la metáfora para expresar que la larga travesía no era necesaria, pues existían rutas más directas, atajos tomados por otros países que se fueron por un Canal de Panamá de medidas económicas menos severas para paliar la crisis. Otro crítico, en el ejemplo (50), desacredita la metáfora en su totalidad como una interpretación peligrosa de la realidad económica en España, lo que constituye una crítica implícita de *miopía cognitiva* (Partington, 2006), en referencia a la función conceptualizadora. De todas formas, la extensión metafórica que manifiestan estos ejemplos cumple con los fines argumentativos, pero deja abierto un flanco de ataque evidente para los críticos de Rajoy, que pueden aplicar estrategias de puesta en cuestión como recurso argumentativo.

Dadas las interpretaciones, queda por preguntarse el potencial de convencionalización que tiene la metáfora del Cabo de Hornos para expresar 1) la superación de obstáculos económicos en general, en línea con la noción de economía como viaje y 2) la trayectoria de la economía española en particular. Por cierto, no puede determinarse hoy sino que dependerá del desarrollo social de la expresión y su aceptación por parte de la comunidad de hablantes. Los elementos que posee, que podrían producir resonancia entre los hablantes, son la saliencia semasiológica del Cabo de Hornos

como representante central de la noción de *punto de inflexión* y, precisamente, la metáfora conceptual convencional que representa el escenario económico con el dominio de la navegación marítima. El desplazamiento desde el centro prototípico de esta metáfora conceptual hacia el margen, donde se encuentra un elemento saliente que, al ser a su vez parte central de otra categoría metafórica, aporta a la expresión contenidos nuevos de forma concisa. Es, en suma, una expresión bastante económica y expresiva y, desde esa perspectiva, útil en la comunicación.

Por otro lado, los factores contextuales inmediatos podrían jugarle en contra. Es, por un lado, parte del discurso de un líder político profundamente cuestionado por parte de la oposición, que no cuenta con apoyo político transversal, con baja credibilidad. Además, el tema de la enunciación es polémico y suscita interpretaciones distintas, como hemos visto en los ejemplos (49) y (50). La autoría, entonces, así como las asociaciones puntuales con el tema del crecimiento económico y el manejo de la crisis, podría jugarle en contra y no permitirle convencionalizarse. Como elaboraremos más abajo, donde se produce una «batalla» de conceptualizaciones entre bandos opuestos, tienden más bien a convencionalizarse todas, y todas tienden a codificar también la pertenencia al grupo que las usa. Así, puede que la metáfora conceptual de EL CABO DE HORNOS ES UN PUNTO DE INFLEXIÓN ECONÓMICA se convencionalice en España con un significado teñido de las asociaciones con su autor, el partido de su procedencia y el conservadurismo político que los caracteriza. Es dudoso que la oposición pueda tomarla prestada sin tener en cuenta este elemento.

### **12.2.2. La función estilística**

Un ejemplo bastante particular de la función estilística lo constituye el uso de colores en la publicidad para representar la identidad de las marcas frente a la competencia, donde los colores funcionan metonímicamente como la marca correspondiente de empresas activas en España:

El rojo para Vodafone, el verde para Amena, el azul para Telefónica, el rosa para Carrefour, y el último, Yoigo, que opta por tomar un poco de todos, una gama multicolor en su logotipo. La asociación mediante campañas de aprendizaje de color-marca permite al anunciante vender un producto tangible, materializado. (Núñez Cansado, 2008, p. 112)

La función conceptualizadora de esta metonimia ontológica, que convierte el producto —las telecomunicaciones— en algo muy concreto, coexiste con una opción estilística que persigue, refinada, la manipulación sutil del consumidor para cumplir funciones de mercadeo. Es un ejemplo de lo que se ha denominado metonimias y metáforas *multimodales* —aquellas que utilizan signos no lingüísticos, como gestos e imágenes, para la expresión del contenido conceptual— que funcionan igualmente como signos para comunicar en el discurso (Müller, 2008, p. 95ff.). A diferencia de otros tipos de discurso no comercial, las campañas publicitarias son multimediales y tienen mucho control sobre cómo, dónde, cuándo y, sobre todo, cuánto se difunden las expresiones que las conforman. A mayor inversión en publicidad en prensa escrita y en espacios públicos como paradas de buses, andamios de construcción y letreros en las autopistas, mayor será el número de individuos que internalicen la asociación color-marca. Tenemos, entonces, en el lenguaje publicitario un caso especial de replicación normal —altamente normada y controlada— que depende de la participación económica en el mercado de la publicidad. Estimamos que se trataría de un interesante caso de propagación de expresiones verbales, también pictoverbales, y por ello representa una singular variante social del proceso de convencionalización de metáforas y metonimias, que por cierto valdría la pena estudiar en detalle por sí sola.

El uso estilístico de la metáfora de dobe proyección (desarrollada en la sección 12.3) se destaca, por frecuente, en los textos que estudiamos:

- (51) Mercadona es sin duda el líder de la distribución de la **alimentación** en España. Ha sido capaz de crecer en ventas durante toda la crisis. Sin embargo, la cadena [...] ha **entrado en una fase de digestión**.  
(EP)

A primera vista, la metáfora conceptual EL CRECIMIENTO ECONÓMICO LENTO ES DIGESTIÓN parece ser poco más que un guiño al contenido del artículo: se habla de una empresa que vende comida. En esta expresión, la metáfora conceptual que equipara la empresa con un ser vivo que *digiere* parece bastante neutral, incluso benigna: se encuentra relacionada con las actitudes que se atribuyen a *hacer la digestión*, a saber, de tomarse el tiempo de procesar la comida y no precipitarse a realizar actividades físicas que puedan causar *indigestión*. De forma muy conspicua, esta asociación refleja la imagen tradicional, razonable, que la cadena de supermercados —que es, por lo demás, una empresa familiar— busca proyectar mediante sus relaciones públicas: *Mercadona. Supermercados de confianza*. En contraste, es posible explotar la misma metáfora convencional que subyace la expresión para poner de perfil los aspectos más peligrosos de la digestión empresarial, como en:

- (52) Y es que el gigante oriental **devorará** pronto un tercio de las ventas mundiales. (EP)

En este ejemplo, la empresa de automóviles Toyota es representada como un animal con asombroso apetito y capacidad digestiva, pero también como amenaza que evoca a un depredador. Así, también en el ejemplo que sigue, la estrategia puede interpretarse como un juego de palabras —la interfaz doble—, pero no como un juego neutro: el titular que prefigura el texto completo permite la lectura de un sentido crítico de la legislación energética:

- (53) **Sombras** en la nueva tarifa de **la luz**. (EP)

Aquí, SOMBRAS introduce una valoración negativa, que implica la existencia de secretos y poca transparencia en la legislación misma.

Mediante estos ejemplos es posible delimitar más claramente cuáles elementos del proceso de construcción de significado figurativo se relacionan con la función estilística y cuáles lo hacen con la función ideológica. El

efecto de «guiño» de la interfaz doble, que selecciona el elemento vehicular desde el conjunto del dominio meta, se produce en primera instancia independiente de toda valoración, de todo relieve. Es, en sí, una relación *pars pro toto* genérica. En cambio la valoración —la función argumentativa y/o ideológica— depende de los elementos *específicos* que el hablante seleccione desde el espacio o dominio fuente, el cual pone de relieve una característica particular del mismo y puede elicitar asociaciones, o *invitar* a realizar *inferencias*, diferentes. Dentro de la misma metáfora conceptual, es claro que *digestión* y *devorar* elicitan comportamientos, asociaciones y valoraciones diferentes cuando se aplican a la actividad empresarial en el mercado. Así, dentro del proceso más general de la interfaz doble, que se observa en el nivel genérico de los espacios fuente y meta, ocurre una selección específica de contenidos para perfilar aspectos conceptuales, con saliencias perceptuales y valorativas particulares.

### 12.2.3. La función conceptualizadora

El trabajo de dos economistas norteamericanos, Mirowski (1989a,b, 1994, 1996) y McCloskey (1985, 1994, 1992, 1995) trabajando en lengua inglesa, ha mostrado cómo se utilizan las estructuras figurativas en el discurso de economía para dar forma al conocimiento generado, argumentar teorías y postular modelos de análisis. Este tipo de análisis crítico del discurso económico se dedica a descubrir las metáforas conceptuales convencionales que subyacen conceptos clásicos de la teoría económica, como *flujo de capitales*, *mercado* o *crecimiento*. Entre otros autores, estos han estudiado la amplia base figurativa convencional que sostiene el tecnolecto económico. Si durante el s. XIX las metáforas predominantes eran biológicas o mecánicas, a partir del 1930 se detecta una explosión de investigaciones (McCloskey, 1985) que enfatizan el método matemático, cuyo origen Mirowski describe así:

Al centro del programa de investigación neoclásico se encuentra una metáfora matemática tomada de la física en la década de 1870, que identifica la energía potencial con la «utilidad», las fuerzas con los «precios», los *commodities* con

las coordenadas espaciales y la energía cinética con las limitaciones de presupuesto. Las antiguas generaciones de economistas construyeron su sistema a partir de estas metáforas. Mirowski (1989a, p. 176)

Se describe en estos términos la postura positivista de académicos que postulan modelos y teorías como *objetivos* en virtud del carácter matemático de los métodos que utilizan. Así, cualquiera que los lea tendrá la impresión de que «el rigor del proceso de razonamiento matemático se usa como prueba de la corrección lógica y la validez de las ideas económicas que se discuten» (Fischer, 2001, p. 782). Las metáforas, entonces, conforman estructuras omnipresentes en el pensamiento que estructuran conocimientos, sustentan teorías y ofrecen modelos para analizar los fenómenos sociales complejos, construyendo así el objeto de estudio de las ciencias económicas: los economistas «son poetas y no lo saben» y «los modelos matemáticos son metáforas y punto» (McCloskey, 1985, p. 217–223). Lo que, para McCloskey, no quiere decir que sea anticientífico o antimatemático: todas las disciplinas científicas buscan blindar el lenguaje que usan definiéndolo del modo más objetivo posible, pero la elección de metáforas que realice un investigador también refleja su forma de pensar: ecuaciones, modelos estadísticos o dibujos de otra índole. Estas estructuras son siempre subjetivas en potencia, en tanto reflejan la selección dentro de un rango de alternativas metodológicas.

### **El modelo que no existe: conceptualización exnominadora del sistema económico**

Presentamos a continuación un ejemplo de argumentación con metáforas que responde al patrón descrito arriba, el discurso de las ciencias económicas neoclásicas. Lo destacado en los enunciados que seleccionamos, así como en sus cotextos, es la ostensiva intención de demostrar la objetividad de la lógica propia. Así, las metáforas se emplean como parte de estrategias macrotextuales para transportar ideologías y contraargumentaciones, establecer relaciones de solidaridad entre el autor experto y el lector lego y aportar estructura al texto argumentativo. Se trata de metáforas creativas y

metáforas convencionales usadas en conjunto para estos fines. Principalmente, dos funciones —conceptualizadora y pedagógica— se encuentran funcionando conjuntamente. José Ramon Valente, autor de columnas del diario *La Tercera* de Chile y economista de la Universidad de Chicago, responde a los lectores que desafían la corriente discursiva que identifican Gárate, Mirowski y McCloskey.

Primero, el autor usa la metáfora médica como recurso ontológico de conceptualización para hacer parecer más concreto el instrumental teórico económico. Además, se extiende la metáfora médica para atribuirle ciertas características al dominio meta:

- (54) Así como **las vacunas no se inventan, sino que se descubren**, la genialidad de Adam Smith no fue inventar un modelo de comportamiento óptimo para los seres humanos, sino que describir cómo el comportamiento natural de las personas libres, con todas sus virtudes y defectos, podía llevar al progreso de toda la sociedad y no tan sólo de ellos mismos. (LT)

Gracias al préstamo médico, el ejemplo expresa directamente la convicción de exactitud y confianza positivista en la economía, las cuales la convierten en un modelo objetivo. El autor emplea un símil que equipara las vacunas, cuya efectividad y solidez empírica está fuera de toda duda, con la naturaleza del modelo económico actual (que atribuye a Adam Smith) para restar legitimidad a las críticas que se expresan contra el modelo económico. Así, se usa un dominio fuente muy concreto y conocido por la comunidad, con el que cada niño y adulto ha tenido alguna experiencia personal, para explicar nociones abstractas. Como argumento, es similar a la búsqueda de justificaciones biológicas para la discriminación racial o de género, pues se basa en la exnominación o naturalización de constructos sociales. En efecto, el hablante niega repetidamente la noción constructivista y enfatiza lo natural, lo obvio de las categorías que propone. El ejemplo que sigue expresa lo que Barthes llama el «ese viejo mito oscurantista según el cual la idea resulta nociva si no la controla el ‘sentido común’ y el



‘sentimiento’» (Barthes, 2008, p. 41). O, como lo articula Robin Tolmach Lakoff, el autor convence a los indecisos «asumiendo la ‘normalidad’ y ‘neutralidad’ de la posición del hablante, que se transmite con argumentos que [...] no requieren explicitarse, por lo cual tampoco necesitan someterse a los rigores del análisis» (Lakoff, 2000, p. 85). El orden económico es tan normal como la compra diaria y las críticas del mismo son, por lo tanto, absurdas:

- (55) [Al] menos yo no conozco a nadie que se levante en la mañana y que antes de ir a comprar el pan lea un par de páginas de un libro para saber qué debe hacer. Lo digo porque se habla tanto del modelo económico, que parece como si existiera **un manual** que define el comportamiento que debemos tener los seres humanos bajo el yugo del neoliberalismo. La realidad es justamente lo opuesto. El mentado «modelo» es sólo una descripción de cómo se comportan los seres humanos cuando se les permite interactuar libremente con otros seres humanos. (LT)

Hábilmente escondido bajo la (negación de) la metáfora conceptual **EL SISTEMA ECONÓMICO [NO] ES UN LIBRO** se encuentra el prescriptivismo teórico, supuestamente opuesto a la realidad cotidiana que se *describe* en la teoría neoliberal. Es un debate académico, pero al lector lego puede presentarse como una oposición simple entre la ficción del libro y la realidad del mercado. A diferencia del libro, la realidad no prescribe: es. El autor, un académico, *hace como que* no tiene conciencia de que los métodos en las ciencias sociales son construcciones discursivas; olvida (o quiere olvidar) su carácter artificial. Este modelo se compone de abstracciones que no son idénticas a la realidad que describen; al igual que los críticos literarios que Barthes critica en *Mitologías*, «se finge bobería y se logra la protesta del público; así se lo arrastra ventajosamente de una complicidad de impotencia a una complicidad de inteligencia» (Barthes, 2008, p. 41). Se trata de un argumento populista, que glorifica el sentido común, el *buen sentido*, oponiendo a «la ‘razón’ pequeñoburguesa los sofismas y los ensueños de

los universitarios y de los intelectuales, desacreditados por su sola posición fuera de lo real computable» (Barthes, 2008, p. 48). Se niega toda artificialidad en el modelo económico: no es un manual, no es una ideología, sino una *descripción objetiva*. Esto también se encuentra, según Gárate (2012b), en el corazón del neoliberalismo de Chicago.

Existe además un equívoco intencional —llamémoslo *paso metonímico*— que simplifica el complejo «modelo» capitalista neoliberal de la sociedad postmoderna, que se ha desarrollado durante muchas décadas, con el que describe Adam Smith en el siglo XVIII. La metonimia reza EL MODELO ECONÓMICO DE HOY ES LA MANO INVISIBLE DE ADAM SMITH y omite los avances metodológicos que se han logrado durante más de 200 años de la disciplina. Sin mencionar que su definición de lo que implica *la mano invisible* es un subterfugio que omite que la obra filosófica de Smith, un filósofo moral preocupado de la justicia, refleja una visión mucho más compleja de la moral en la sociedad (Smith, 2011). Crucialmente, esta metonimia invisibiliza el desarrollo teórico de Milton Friedman, con el énfasis en la privatización y desregulación de la economía (Henderson, 2008). Precisamente los cambios que se introdujeron en la década de los setenta y los ochenta son lo que constituye el fondo de muchas de las críticas que se realizan al modelo económico chileno.

El enunciado que sigue se refiere indirectamente a la influencia de la escuela de Chicago y reemplaza la metáfora médica con la (absurda) metáfora conceptual LAS IDEAS ECONÓMICAS SON MÚSICA QUE NO PASA DE MODA. Son distintas, pero ambas tienen en común su cercanía a la cultura popular y, con ello, la estrategia ostensiva de generar solidaridad en el lector.

- (56) No hay fiesta buena sin Soda Stereo y su hit ochentero *Persiana americana*. Es que **la buena música, al igual que las buenas ideas, no pasa de moda**. Las circunstancias que lanzaron a la fama al rock argentino no pueden haber sido más particulares. Aun así, parte de esa música ha perdurado en el tiempo y probablemente, perdurará para siempre. (LT)

Si uno de los efectos discursivos de las metáforas conceptualizadoras es poner de relieve algunas partes del dominio meta, oscureciendo otras, el símil que expresa (56) equivale a querer tapar el sol con un dedo. Es un ejemplo de función argumentativa y es evidente la intención ideológica que está detrás. Sin duda son amplias las bases de comparación entre ideas y modelos de una disciplina, por un lado, y las modas musicales, por el otro: ambas evolucionan a lo largo del tiempo, ambas requieren una cierta adecuación al contexto que las origina y, lo que es crucial para el autor, ambas pueden tener una relevancia atemporal que permita considerarlas como «clásicos». Sin embargo, los elementos del dominio IDEAS ECONÓMICAS que resultan oscurecidos por la metáfora son aquellos que constituyen la principal diferencia entre el arte y lo que debe ser la ciencia. Los criterios que determinan la adecuación de un modelo a la realidad que modelan, como la *pretensión de objetividad* (o por lo menos, un esfuerzo serio de acercarse a ella mediante pruebas) y la *consistencia interna*, no tienen mucha relevancia para las modas musicales. Por no mencionar a quienes, con todo derecho, pueden rechazar las modas musicales sin que sea legítimo tildarlos de reaccionarios.<sup>2</sup> Nuevamente, el autor utiliza una metáfora cotidiana, evidente, para oscurecer el artificio de la teoría económica y la distancia larga que existe entre la realidad objetiva y las ideas políticas que buscan modelarla.

Las metáforas (40) a (42) perspectivizan el dominio meta (el sistema económico neoliberal y sus fundamentos neoclásicos) desde la subjetividad e ideología del autor, el cual aplica los elementos salientes del dominio fuente para conceptualizarle la realidad a un lector que, carente de conocimientos avanzados de economía, cae en la trampa argumentativa. La objetivización de entidades abstractas mediante metáforas ontológicas «sirve tanto para el procesamiento de la información como para propósitos de manipulación» (Richardt, 2004, p. 118).

<sup>2</sup> Como un joven argentino conocido de la autora que tiene aversión a Soda Stereo y prefiere a los desconocidos Redonditos de Ricota, un grupo contemporáneo (y durante un tiempo incluso rival) de Soda Stereo. El fanático del rock no necesita ofrecer pruebas ni argumentos para hacer legítima su elección.

El éxito ideológico de la metáfora depende de aspectos formales y sociales relacionados con el éxito conceptualizador de la expresión elegida. A su vez, la conceptualización resulta exitosa como herramienta de pensamiento, que permite capturar y comunicar ideas abstractas, cuando los elementos seleccionados del dominio fuente resultan familiares a los interlocutores. De esta manera, se reducen los costos cognitivos que implica la reconstrucción del significado. Aunque, como postula Goatly (2007), las metáforas convencionales sean aún más exitosas ideológicamente porque se encuentran protegidas bajo el manto de la invisibilidad, las metáforas creativas de la *vacuna* y la *música ochentera* también pueden considerarse ideológicamente efectivas en virtud de su éxito argumentativo: son excelentes elecciones para transportar ideas abstractas, complejas (y, en este caso, mal entendidas) a un público no experto. Aunque a diferencia de las convencionales, su transparencia metafórica las delata como constructos subjetivos que podrían atacarse o contradecirse en otro enunciado, en cualquier momento, por cualquier hablante.

### **Las relaciones laborales en código de denuncia**

Algunos enunciados buscan, ostensiblemente, subvertir las conceptualizaciones del sistema económico y de las relaciones laborales como *mercado*. Aquí demostramos cómo esto se logra a través de reconceptualizaciones del trabajo como *feudalismo*, *esclavitud* y una especie de *patronato* similar al que regía en la hacienda colonial sudamericana:

- (57) Mientras que hoy en día, en Chile, **el apodo de ‘esclavo’ se ha cambiado a ‘trabajador’**, y en lugar de proporcionar alojamiento y comida como lo hacían los dueños de esclavos del siglo 19, ahora ofrecen un estipendio de \$ 500 por mes para que los trabajadores se proporcionen su propia habitación y comida. Por lo tanto, se elimina el estigma de la propiedad de esclavos. Se estima que la mitad de todos los chilenos ganan menos de \$ 500 por mes. Por lo tanto,

**el mercado de esclavos** es bastante considerable, más mensurable que en los Estados Unidos de América en 1850. (EC)

- (58) Seguimos **esclavos del consumismo** que nos metieron a la fuerza donde “no vales por lo que eres, sino por lo que tienes”. Hoy se vive para trabajar y nadie trabaja para vivir. (EC)
- (59) Estamos siendo **esclavos del sistema** en vez de que el sistema responda a nosotros. (LMD)

Dos de estos ejemplos, (58) y (59), conceptualizan las relaciones de esclavitud como algo más amplio que las condiciones laborales de las personas, ya que incluyen su dependencia de los mercados controlados por los mismos que les pagan sueldos miserables. Mientras que (57) se enfoca en la labor mal remunerada, cuyo beneficio circula hacia arriba y se queda en las manos del dueño del capital. Las bases de comparación entre la estructura laboral y la esclavitud, el feudalismo, etc., se encuentran en la percepción subjetiva de que los trabajadores están siendo explotados, con remuneraciones que no corresponden con el valor agregado que producen, sino con un cálculo ideado para mantenerlos al borde de la miseria, vivos pero sometidos, alimentando el mercado crediticio. El ejemplo (57), que usa la metáfora de esclavitud, subraya como base comparativa la precariedad de las condiciones de vida de los trabajadores de Chile, donde el salario mínimo alcanza a cubrir el mismo tipo de manutención que recibían los esclavos decimonónicos. En (58), la esclavitud se entiende de manera más amplia como el vínculo doble que hace al trabajador depender del empleador, que paga poco, y al mercado de consumo, que exige cada vez más gastos. Así, el ejemplo hace referencia a un sistema en su totalidad explotador, del cual el ámbito laboral solo es una parte reducida.

De forma similar a la esclavitud, la estructura de la sociedad basada en la hacienda sudamericana se destacaba por un orden jerárquico rígido, con *patrones* a la cabeza del fundo, con inquilinos y peones dependientes de la hacienda. Adicionalmente la hacienda implica un cierto despotismo

machista muy típico de la sociedad colonial hispánica.<sup>3</sup> Es, quizás, aun más insidiosa porque implica la pretensión de proteger y beneficiar a los inquilinos, oscureciendo el hecho de que la relación asimétrica resultaba en su explotación (Biblioteca Nacional de Chile, 2016). Los ejemplos siguientes conceptualizan el rol del empresario por medio de la metáfora:

- (60) Al interior de la huelga comentan que el gerente se comporta “como un verdadero **patrón de fundo**”. (TC)

La perspectiva onomasiológica pone de relieve que los autores de las metáforas (57–60) reconceptualizan las relaciones laborales con ayuda de conceptos que describen instituciones históricas —feudalismo, esclavitud, patronato— para resaltar ciertas similitudes percibidas subjetivamente. Desde la perspectiva semasiológica, están comunicando un contenido pragmático subjetivo, ya seguramente también intersubjetivo, que altera el sentido convencional de los conceptos seleccionados. No *es* la esclavitud prototípica ni el feudalismo histórico, sino que funciona como dominio fuente para conceptualizar la situación presente.

Detengámonos un poco en la perspectiva semasiológica, en la que se puede constatar el cambio de significado que experimentan las metáforas utilizadas aquí. El uso de *patrón* en contextos laborales (y no, por ejemplo, artísticos o religiosos) tiene antecedentes históricos algo más directos que la historia colonial de Chile. En el castellano chileno se usa frecuentemente como sinónimo de *empleador*, sobre todo en la relación laboral de la trabajadora doméstica, donde existe la oposición entre *patrona* y la *empleada*. Así, de 72 resultados de búsqueda en el CREA, restringida a los textos que reflejan el uso chileno, *patrona* aparece 68 veces en este uso particular, que funde la noción de ‘dueña de casa’ (cuarta acepción del diccionario RAE), la de ‘servicio’ (quinta acepción) y la de ‘relación de empleo’ (sexta). En particular, la noción de ‘patrón de fundo’, aplicada a un empresario déspota, está bastante convencionalizada en el habla de los chilenos:

<sup>3</sup> El personaje de Esteban Trueba, el patriarca de la novela *La casa de los espíritus* de Isabel Allende, refleja muy bien este arquetipo.

El antiguo patrón de fundo era amo y señor de sus tierras y sus inquilinos. Su palabra era ley, sus deseos se cumplían de inmediato, nadie se atrevía a contradecirlo, pasaba el invierno en París y para que sus hijos tuvieran leche durante la trayectoria en barco llevaba un par de vacas a bordo, tenía una mansión en Santiago para pernoctar cuando venían a la capital y en épocas de elecciones acarrea a sus inquilinos a los lugares de votación para que votaran por el Partido Conservador. Ese patrón de fundo ya no existe, pero los que porfiadamente insisten en comportarse como si la sociedad no hubiera evolucionado son calificados con desdén de este modo. (Velis-Meza, 2014)

La *patrona* y el *patrón de fundo* están emparentados en el imaginario chileno y representan el elemento dominante de las relaciones laborales, que han sido tradicionalmente relaciones de dependencia. Un ejemplo de uso es el siguiente:

(61) Es el **patrón** del Litorio. (TC)

Aquí, el referente es, en primera instancia, el *dueño* de los recursos minerales, pero la metáfora consigue proyectar además las connotaciones de *monopolio*, *violencia*, *racismo*, *oligarquía* y *encomienda colonial*, las cuales están convencionalizadas en la figura del *patrón de fundo*.

No es extraño encontrar ambas metáforas, semiconvencionalizadas en la lengua, la *esclavitud* y el *patrón*. Aunque correspondan a diferentes dominios conceptuales, ambas tienen a su favor la *iconicidad*, al representar dominios fuente que los hablantes reconocen y cuyas saliencias comparten. Es más, para el hablante chileno podría decirse que el *patrón de fundo* es el representante más central de una categoría que contiene a todos los jefes violentos de la historia, incluidos los capataces y *planters* del sur de los Estados Unidos o los señores feudales de Europa medieval. Estos, por lo demás, también aparecen representados en el corpus como alternativas discursivas, aunque menores en frecuencia. Pueden, incluso, elaborarse paralelos de discriminación racial. Al parecer, el factor social de familiaridad cultural con el *patrón*, por sobre las contrapartes extranjeras, también tiene un rol esencial en la selección de las metáforas. Por último, también la *relevancia* aportada por las bases de comparación, que los hablantes/trabajadores pue-

den reconocer en su condición laboral, explica y predice la permanencia de estas expresiones en el léxico de los hablantes del castellano de Chile.

Más arriba decíamos que, por muy buena que resulte una metáfora re-conceptualizadora creativa, su transparencia es una debilidad que le resta efectividad ideológica. También para estas expresiones, esta vulnerabilidad se mantiene como flanco abierto. Dentro del contexto de debate sobre las reformas laborales existe una polarización importante, con un discurso dividido entre empresarios y trabajadores que se acusan mutuamente de prácticas antisindicales y abuso de poder, por un lado, e instrumentalización de la institución del sindicato para efectos políticos o personales, por el otro. Las metáforas que representan la visión subjetiva del trabajador reflejan una actitud de protesta que ha tenido su contraparte en la visión subjetiva del empresariado y los grupos cercanos a él. En efecto, en la conceptualización de las relaciones laborales chilenas se ha presentado una nueva tentativa empresarial para exnominar la asimetría —reflejada en expresiones como las recién descritas (57) a (61)— mediante expresiones nuevas.

### **La contrametáfora: los trabajadores «socios» del capitalismo**

Es inevitable que las conceptualizaciones escondan y destaquen un grupo limitado de aspectos del dominio meta. Bajo *reconceptualización* entendemos la función que busca transformar las conceptualizaciones convencionales. En su dimensión perlocutiva, es la estrategia de contradiscurso que busca sustituir las asociaciones figurativas convencionales de un dominio meta con modelos alternativos que destaquen otras facetas del mismo.

Una de las formas más comunes y extendidas de reconceptualización son los eufemismos. Así cuando se habla de *moderación salarial* y el opuesto, la *relajación salarial*, en vez de alzas y bajas en los salarios, los hablantes buscan cargar de connotaciones positivas el hecho de que las personas tengan menos dinero a su disposición. La *moderación* salarial conceptualiza los salarios bajos como productos inevitables de una respuesta moderada



a las condiciones económicas. En el mismo tenor, la *relajación* no sería apropiada frente a la seriedad de las condiciones que dejó la crisis. Se omite de ambos términos cualquier indicio personal o subjetivo. Estas mas metáforas eufemísticas, así como las que hablan de *capital humano* y *mercado laboral*, obedecen sin duda a un esfuerzo de parte de los economistas por operacionalizar factores que, de otra forma, podrían parecer subjetivos, al servicio de grupos de poder y no, como ostentan, al servicio de valores compartidos. Desafortunadamente, estas metáforas eufemísticas suelen explotarse para despolitizar las relaciones laborales.

Para contextualizar los discursos sobre relaciones laborales en el Chile de hoy, Karina Narbona (2013) sitúa el origen de la presente lógica empresarial, contrapuesta al discurso sindical, en el Plan Laboral de 1979:

Tras este plan, más otros cuerpos legales complementarios, el modelo laboral resultante es altamente prohibitivo en el derecho colectivo y a la vez laxo en el contrato individual, con tal de favorecer la libertad de contratación y despido. El espíritu del Plan Laboral, como sostuvo José Piñera, era dejar atrás la «lucha de clases» y hacer que la «disciplina del mercado» sea la que rija la actuación del trabajador. Narbona (2013, p. 38)

Casi treinta años después, asombra la latente violencia de un enunciado como *disciplina del mercado* contrapuesto a la *lucha de clases* (es decir, a la búsqueda de coaliciones para consolidar el poder individual de los trabajadores en un bloque unido capaz de negociar con los grandes grupos económicos). La *disciplina* se suprime del vocabulario, y en su lugar se opta por otros eufemismos que resultan, en su efecto, igualmente desmovilizadores (Narbona, 2013, p. 37). Se aplican estrategias basadas en «la implicación subjetiva de los trabajadores en las metas y valores de la empresa, que no descansa tanto en el control directo, sino en la persuasión y en el compromiso moral del empleado [...] favoreciendo relaciones altamente individualizadas». Así, en la cadena multinacional Starbucks «a los trabajadores los llaman *partners*, pues según la cultura corporativa de la empresa las relaciones laborales deben ser horizontales y estar marcadas por el afecto y la confianza» (Narbona, 2011b). En Scotiabank, los trabajado-

res son *scotiabankers*, en Farmacias Ahumada son *colaboradores*. La nueva estrategia oculta además el chantaje que implica ofrecer un *salario emocional* (Narbona, 2011a), discursivo y barato, en vez de una remuneración material adecuada. Así, las reconceptualizaciones en este contexto buscan dos metas comunicativas: en primer lugar, desmobilitar e individualizar al trabajador como sujeto importante dentro de la empresa, principalmente para desincentivar la actividad sindical, y luego «vender» esta consideración emocional como si fuera, por sí misma, un aumento de sueldo equivalente al salario material.

El éxito ideológico de estas metáforas encuentra su límite en la percepción subjetiva que el trabajador de su trabajo y de las acciones de la empresa, que contrastará (o no) con la realidad que pinta el discurso. Nos parece, sin embargo, que los trabajadores más abiertos a este tipo de discursos serán quienes se distancien de los movimientos sindicales, se declaren a sí mismos «apolíticos» y estén satisfechos o resignados al nivel de vida que les permite el salario que reciban. Para los trabajadores más «políticos», el recurso es transparente y podrá ser descartado fácilmente si no coinciden con el discurso que representa. En este contexto resultará difícil que alguna de las metáforas analizadas aquí pase a formar parte del diccionario o léxico convencional compartido por todos los grupos sociales.

#### **12.2.4. Estrategias de contradiscurso: puesta en cuestión, subversión conceptual y deexnominación**

El siguiente enunciado expresa la puesta en cuestión de la metáfora LAS INSTITUCIONES SON MÁQUINAS:

- (62) Me gustaría considerar la innovación financiera como una **palanca de estímulo** positivo para el sistema financiero. Sin embargo, algunas cosas catalogadas inicialmente como innovaciones financieras tienen, para alguien distinto de sus promotores, poca o ninguna consistencia cuando quedan **despojadas del cromado superficial del que son revestidas**. (EP)

Para el análisis de este ejemplo, consideremos primero la baja saliencia onomasiológica del *cromado superficial* (frente a la metáfora convencional UNA MEDIDA DE ESTÍMULO ECONÓMICO ES UNA PALANCA), un elemento que puede interpretarse como sutileza que estiliza el texto y, dentro de este, funciona también como elemento que estructura la argumentación. Luego, el *cromado superficial* extiende la metáfora convencional fuera de su centro prototípico, pero se mantiene dentro del concepto: se explicita la debilidad del objeto meta (las medidas económicas) mediante el uso de una característica no saliente del dominio fuente (el cromado superficial). La implicatura se genera fácilmente, gracias a que todavía pertenece al dominio conceptual que es familiar al lector: el metal se corroe, el cromado superficial desaparece y queda el material expuesto. Esta expresión permite contrarrestar las connotaciones de eficiencia, efectividad y precisión que implica la MÁQUINA al añadir un elemento de decadencia. De convencionalizarse, funcionaría para hacer expresables las críticas al sistema económico sin requerir de una conceptualización totalmente nueva.

Para realizar una puesta en cuestión similar, Goatly describe la *subversión conceptual* que efectuaría la metáfora creativa *cáncer* para sustituir la expresión *crecimiento económico*. La implicancia está en la perspectivación negativa del mismo fenómeno dentro de la misma metáfora conceptual, convencional, LA ECONOMÍA ES UN SER VIVIENTE. A saber, hay un movimiento influyente de economistas alternativos que buscan detener el crecimiento económico, y con ello la depredación del medio ambiente que resulta del consumo indiscriminado de recursos naturales. En este esquema, el crecimiento es un fenómeno a ser evitado. El mismo Goatly realiza una autocritica de su propuesta, aludiendo a que el verdadero éxito en el flanco ideológico puede alcanzarse solo con metáforas convencionalizadas. No obstante aquello, en términos comunicativos y dado un cotexto idóneo, creemos que la metáfora de *cáncer* ofrece una forma sintética de iluminar el fenómeno desde una nueva perspectiva, para lograr efectos argumentativos en el discurso, y que tiene posibilidades de convencionalizarse algún día.

## El sistema económico es una religión

El economista, en tanto gran ordenador, asume la doble misión de explicar la realidad y producir las reglas del juego de la sociedad. Estas son impersonales y válidas en todo tiempo y lugar, pues derivan del principio universal del mercado y de las leyes de la competencia. Entendido así, el economista es concebido como el garante último de la libertad individual, la cual da forma a la sociedad. Su tarea se vuelve trascendental, pues supera la mera competencia técnica para así elevarse a la esfera filosófica e incluso de lo que podríamos denominar como una misión cuasi religiosa. (Gárate, 2012b, p. 115)

Para responder a la *naturalización* o *exnominación* del sistema económico como naturaleza objetiva, se observa el uso de metáforas religiosas que lo exponen, por el contrario, como conceptualización ideológica. En el corpus destacamos algunos enunciados que recurren a imaginería religiosa, predominantemente de la religión cristiana pero también de las orientales, para articular un discurso de izquierdas antimercado, aunque también contra otras posturas políticas que se critican como ideológicas.

En (63), el referente es un estudio<sup>4</sup> sobre economía que algunos economistas chilenos de la Universidad de Chicago publican en 1973 y que, tras el golpe de estado, se convierte en el programa oficial del gobierno de Pinochet:

- (63) El *Ladrillo*, una especie de **biblia** que reúne las máximas del libre mercado. (TC)

Aquí, la metáfora es ambigua y puede estar cumpliendo dos funciones, solo una de estas intencionalmente crítica. Es convencional hablar de *biblia*, con minúscula, cuando se habla de obras de referencia o libros de cabecera en áreas específicas del conocimiento (Real Academia Española, 2014b).

<sup>4</sup> «En él se realizó un diagnóstico de la economía del momento, caracterizada por ser cerrada, regulada, inflacionaria y desequilibrada en su balanza de pagos. En cambio, los autores plantearon la necesidad de liberar los precios internos, disminuir el volumen del sector público, financiar el sector fiscal y las empresas públicas, fijar un tipo de cambio realista, bajar los aranceles externos, formar un mercado de capitales, modernizar la agricultura, abrir el mercado de tierras e instaurar una política de descentralización comercial, monetaria, fiscal y tributaria, además de la previsión y la seguridad social». (Biblioteca Nacional de Chile, 2016)

La consiguiente referencia a *máximas* tampoco deja interpretar fehacientemente que se trate de una metáfora crítica, pues las ideas convencionales también forman parte de cualquier «biblia» científica.

En (64), en cambio el carácter sobrenatural, o sectario, de las oportunidades de riqueza se expresa mediante la metáfora de *bendición*:

- (64) En nuestro país está vigente el capitalismo llevado al extremo, conocido como neoliberalismo, para permitir así la acumulación de riqueza por parte de **aquellos bendecidos por la Santísima Trinidad**, razón por la cual tenemos una de las peores distribuciones de ingresos a nivel mundial. (EC)

Qué *Santísima Trinidad* entrega bendiciones económicas no se especifica en el contexto del enunciado, sino que se utiliza como recurso para enmarcar la desigualdad económica en el *frame* de un sistema de creencias o axiomas, donde existe una voluntad que se presenta divina pero se sospecha humana, basada en los intereses de los *gatekeepers*, los guardias de la desigualdad.

- (65) La **religión** del modelo neoliberal y el **mantra** del crecimiento. (LMD)

La noción de *mantra*, en cambio, no perspectiviza necesariamente el sistema de creencias: más que nada, representa la faceta más irracional de la religión, el uso del lenguaje sin su sentido racional, «sílabas, palabras o frases sagradas, generalmente en sánscrito, que se recitan durante el culto para invocar a la divinidad o como apoyo de la meditación» (Real Academia Española, 2014g). El *mantra* como metáfora subraya la arbitrariedad y el sinsentido en principios o medidas económicas que no se perciben como eficaces, sensatas o racionales entre sus críticos, pero se repiten sin atender a ello. También se encuentra esta crítica en los medios de España con respecto a las medidas de austeridad de la Unión Europea después de la crisis:

- (66) Un nuevo **mantra** sustituye a la austeridad, que no funciona: la devaluación interna. (EP)

- (67) En Europa, por el contrario, se impuso el **mantra** de la austeridad como solución a todos los problemas. (EP)

A pesar de los ejemplos anteriores, la metáfora religiosa no se agota en la denuncia de izquierdas, sino que también se encuentra manifestada en discursos de derechas, acompañando la estrategia normalizadora que detallamos en la sección 12.2.3:

- (68) Es imposible hacer sentido del debate actual sin entender en qué consiste la esencia de la **ideología** que inspira a quienes promueven transformar profundamente el sistema social de mercado que ha prevalecido por décadas en nuestro país. Esto es importante porque las ideologías, como dijo Douglass North, son **materias de fe**, no de razón, y, por tanto, quienes están dispuestos a llevarlas a cabo no se dejan persuadir por la evidencia. (MER)

Estas conceptualizaciones son síntomas del déficit de diálogo y la polarización que parece ir en aumento en el discurso político. Revelan, de todas maneras, una verdadera guerra de metáforas entre dos posiciones polares, ninguna de las cuales puede reclamar para sí la objetividad plena. Tampoco es probable que adquieran para sí la victoria convencionalizada.

### **12.3. Propagación de metáforas creativas y las metáforas de autor**

Más allá de las condiciones que favorecen la propagación, que se discuten en la sección 4 y se han analizado en los ejemplos arriba, la *autoría* es un factor que incide positivamente en el potencial de replicación de una metáfora, por dos razones. Al encontrarse en el foco de la atención mediática, las expresiones de personajes influyentes son sometidas a interpretaciones más profundas, extensas y complejas que aquellas expresadas en el día a día por hablantes promedio (Lakoff, 2000, p. 26). La otra razón tiene que ver con un asunto de números: el autor famoso tendrá más lectores, el político influyente será más citado en los medios masivos de comunicación.

### 12.3.1. El *calamar vampiro*

Así, en el corpus identificamos varias metáforas creativas en su fase de propagación cuya fama se debe, casi seguramente, a la fama de su autor. Por ejemplo, la metáfora conceptual del conocido autor de la revista de habla inglesa *Rolling Stone*, Matt Taibbi, se encuentra expresada en (69) como replicación normal, es decir, sin cambios:

- (69) Matt Taibbi, en su célebre artículo de 2009 en *Rolling Stone* sobre Goldman Sachs «La gran **máquina** americana de hacer **burbujas**» comparaba al banco de inversión con un **gran calamar vampiro abrazado a la cara de la humanidad** que va creando una burbuja tras otra para succionar de ellas todo el dinero posible. (EP)

En esta, el autor reelabora la *burbuja* inmobiliaria y financiera en un marco más amplio, donde existen criaturas responsables: la burbuja no se infla sola, ni es el efecto acumulado de miles o millones de decisiones racionales de los consumidores. Es, en la expresión de Taibbi, el producto de las acciones de un banco en particular. Con esta metáfora, Taibbi busca contrarrestar el discurso que diluye la responsabilidad que les toca a ciertos actores corporativos en la génesis de la crisis financiera y económica mundial. La metáfora es afortunada porque logra asociar una imagen muy conocida y convencional con el contenido nuevo. La burbuja deja de representar una estructura etérea y volátil, y pasa a ser LA SECRECIÓN DE UN ANIMAL MUTANTE. Por ello, en términos semióticos se trata de una metáfora muy prometedora, pues resulta icónica, expresiva y de fácil reconstrucción. Habrá que ver si se cumplen a futuro las condiciones sociales de propagación para que, en la próxima crisis —que seguro que habrá—, los hablantes y columnistas recurran a la imagen del calamar vampiro para hacer *tangible, visible e imputable* al siguiente responsable. En contra, esta metáfora tiene la prototipicidad relativamente baja del calamar dentro de la categoría onomasiológica del VAMPIRO. Los zancudos y murciélagos serían ejemplos mucho más salientes.

A partir de la imagen de Taibbi, en (69), vemos en el siguiente ejemplo la replicación ampliada de esta metáfora, aplicada a la economía española:

- (70) **El calamar vampiro, reducido a chipirón, sería cabeza de ratón en vez de cola de león**, pero eso nuestra clase política lo ve como un mal menor frente a la alternativa del harakiri que suponen las reformas.  
(EP)

### 12.3.2. La *retroexcavadora*

En 2014, en medio de protestas ciudadanas que estaban a favor de cambios radicales en el sistema educativo de Chile, el vocero de la coalición de gobierno y senador de la República, Jaime Quintana, respondió a críticas de oposición que acusaban a su gobierno de estar *pasando la aplanadora* por sobre el trabajo de los gobiernos anteriores en su camino reformista. En su respuesta, el senador puso en circulación una metáfora nueva que ha tenido un desarrollo claro hacia la convencionalidad. Se trata de la expresión la *retroexcavadora* para expresar la metáfora conceptual LAS REFORMAS DE GOBIERNO SON RETROEXCAVADORAS, que es parte del marco más general LAS INSTITUCIONES SON EDIFICIOS.

- (71) Nosotros no vamos a pasar una **aplanadora**, vamos a poner aquí una **retroexcavadora**, porque hay que destruir los **cimientos** anquilosados del modelo neoliberal de la dictadura. (MER)

Varios elementos promueven la convencionalización de este ejemplo en particular. En primer lugar, existe una expresión idiomática previa, arraigada, que motiva el giro creativo, *pasar la aplanadora*. Esta expresión funciona para establecer la relevancia del enunciado y le da al receptor del mensaje un punto de partida familiar para facilitar la interpretación de implicaturas. La expresión idiomática *aplanadora* aparece en el CREA con 69 instancias en textos hispanoamericanos, en su mayoría expresando un significado figurativo, que podemos describir como ‘la fuerza destructura o avasalladora de alguna cosa o persona’. La *aplanadora* figurativa implica falta de



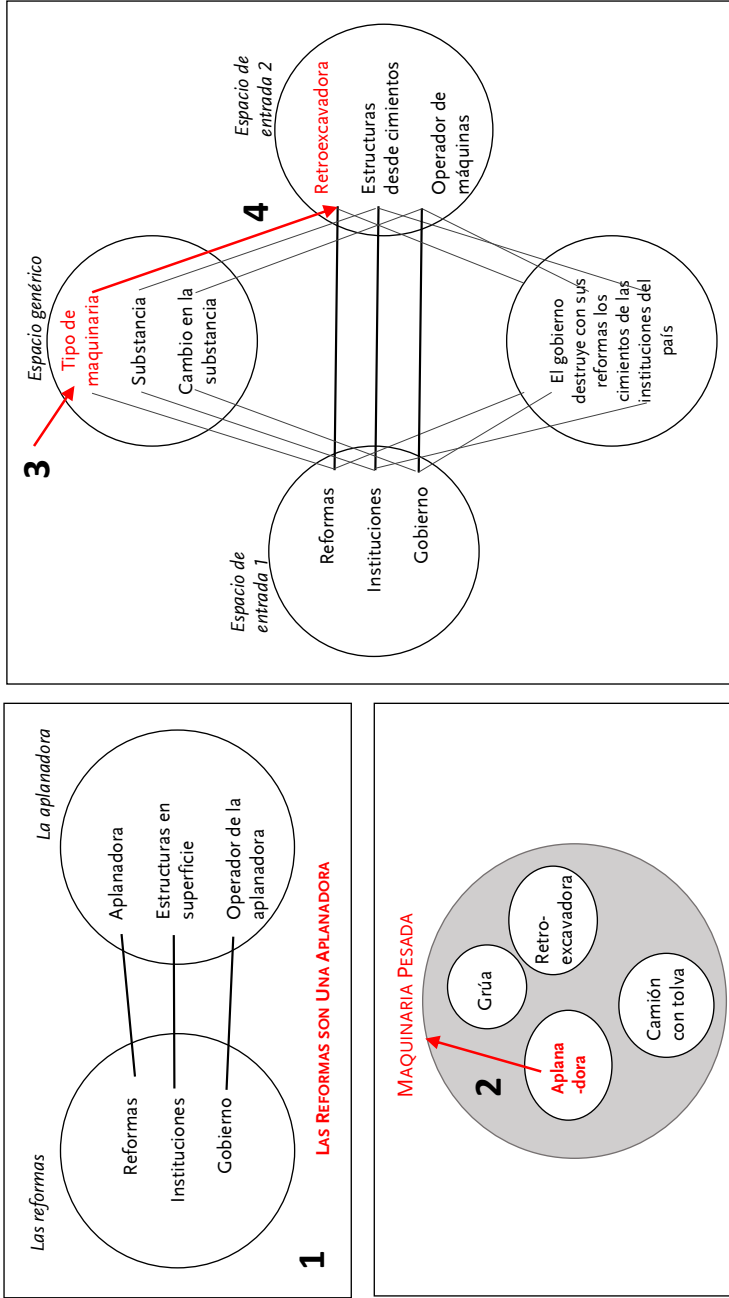
reflexión y delicadeza al realizar acciones, cuyas consecuencias resultan masivas, si no desproporcionadas. La expresión del senador Quintana explota la radicalidad de la *aplanadora* al calificar la naturaleza del sistema económico que está siendo modificado para justificar medidas tan extremas como la destrucción total de sus cimientos. En su argumento, no solo reivindica la adecuación de la aplanadora, contra el matiz de exageración propio del significado convencional, sino que busca justificar medidas más radicales aún. Para ello, con un paso metonímico dentro del dominio de la maquinaria pesada, selecciona la *retroexcavadora* como herramienta más adecuada para servir como metáfora de los cambios que se requiere hacer. El receptor del mensaje puede reconstruir sin problemas este enunciado, que incorpora significados convencionales y matices nuevos en una metáfora familiar, pero diferente.

En segundo lugar, es evidente que tanto la autoría de la expresión metafórica como el contexto de su enunciación en medio de una polémica mediática contribuyen a que se difunda rápidamente. La *retroexcavadora* de Quintana se ha hecho famosa y ha motivado múltiples respuestas y reelaboraciones. Además, en los tres años desde su creación, llegó a establecerse en discurso político en Chile. Representa la agenda del gobierno de Bachelet, que prometió cambios sustanciales en legislación para hacer frente a la desigualdad social.

Un aspecto importante de la metáfora de Quintana es su ambigüedad en términos de valoración: con la retroexcavadora se puede *destruir*, o bien *despejar* el camino a nuevas y mejores estructuras. Las respuestas cuya valoración se informa en la interpretación destructiva oponen a ello la necesidad de *construir*:



**Figura 12.1.** La retroexcavadora en acción (Urquidi, J., 2018).



**Figura 12.2.** Integración conceptual con interfaz genérica: *La retroexcavadora*. 1. Punto de partida: metáfora creativa más antigua, LAS REFORMAS SON UNA APLANADORA. 2. Expansión metonímica del dominio fuente APLANADORA a su hiperónimo MAQUINARIA PESADA. 3. La MAQUINARIA PESADA se introduce en el espacio genérico como categoría. 4. Mediante categorización y selección la MAQUINARIA genérica se vuelve específica (la RETROEXCAVADORA es un tipo de MAQUINARIA PESADA).

- (72) Lo que vamos a hacer más que **pasar aplanadoras y retroexcavadoras** es tender **puentes** para buscar los acuerdos que el país necesita. (QP)
- (73) La gente tiene que percibir que estamos **construyendo** y se terminen con **retroexcavadoras** y esas cosas que nos ponen tan nerviosos a todos. (QP)
- (74) La **lógica de la demolición**, la tabla rasa o la **retroexcavadora**. (MER)

Esta metáfora sufre un destino parecido a la metáfora del *Cabo de Hornos* de Rajoy. Su debilidad reside en su metaforicidad transparente, que permite reinterpretar el signo cuando se hace referencia al dominio conceptual fuente de la expresión. Cuando el crítico extiende la metáfora del *Cabo de Hornos*, encuentra posibilidades para subvertirla dentro de su propia lógica. Igualmente, la retroexcavadora puede perspectivarse como amenaza o esperanza de cambio. Estos dos ejemplos ilustran la debilidad de la metáfora creativa en función ideológica: las discusiones sobre principios y puntos de vista dan pie a usos argumentativos de las metáforas. Su significado todavía está siendo negociado por los hablantes, cuyo juicio de convencionalidad puede consolidarse en torno a cualquiera de las alternativas interpretativas, o bien descartar la expresión en su totalidad para evitar resolver el conflicto.

## 13 Conclusiones

Este estudio revela que todavía hay mucho espacio para mejoras, sobre todo en términos de granularidad de análisis de procesos de creación de nuevas expresiones figurativas, tanto en cuanto a la descripción de la estructura conceptual del contenido de las mismas, como en la descripción de los procesos cognitivos que las producen. Para avanzar en este camino, resulta de utilidad indispensable el análisis de expresiones metafóricas y metonímicas en el uso, en cuya descripción —como proceso y como producto— se puedan descubrir patrones procesales y estructurales. Especialmente para este propósito, la introspección por sí sola no logra hacer visibles los patrones de uso que sí aparecen cuando se contempla un grupo considerable de expresiones metafóricas. Como proyección metodológica para este estudio, entonces, nos gustaría proponer el desarrollo de un corpus en español codificado con sus metáforas y metonimias. Un corpus de este tipo implicaría un arduo y extenso trabajo de lectura y codificación manual de grandes cantidades de material, oral y/o escrito, así como una gran inversión de tiempo y recursos. Sin embargo, sería una inversión provechosa pues, a partir de este material, que debería ponerse a disponibilidad de la comunidad académica, será posible seguir indagando en las regularidades que ayudarían a describir mejor el funcionamiento del pensamiento figurativo en la mente humana. Un corpus que contenga la codificación semántica de los fenómenos metafóricos y metonímicos —tanto los dominios de origen y meta como sus funciones discursivas— no solamente podría contribuir a la semántica cognitiva, sino también, en potencia, a los estudios de la información y organización del conocimiento.

En suma, creemos que la teoría lingüística cognitiva en su estado actual, junto a sus disciplinas asociadas —en particular las teorías sociales y sociolingüísticas que se ocupan de los fenómenos de cambio— contiene

los elementos necesarios para consolidar un marco teórico coherente que explique el ciclo vital de la metáfora y metonimia conceptual, de la mente al diccionario. Sus preguntas podrán responderse a futuro con técnicas de corpus para el estudio de las metáforas; los resultados de estos estudios podrán contribuir conocimientos en extremo relevantes y aplicables a los actuales modelos de procesamiento de la información y las lenguas naturales (ver por ej. Fernández-Montraveta y Vázquez, 2014; Navarro *et al.*, 2005).

Después de estudiar numerosas expresiones metafóricas novedosas en su contexto de uso, debemos concluir lo siguiente. En discursos polémicos donde prima la función argumentativa de la metáfora, el hecho de que la argumentación con metáforas creativas se realice de forma abierta y transparente interfiere con las posibilidades de convencionalización de las expresiones. La polémica encubierta, en cambio, se asocia en el discurso con la función ideológica. Creemos que esto se debe a dos razones. En primer lugar, las expresiones metafóricas creativas que se usan con fines argumentativos tienen una enorme complejidad funcional y estructural. Por esta razón, requieren de un tremendo esfuerzo de procesamiento, lo cual las mantiene vivas y despiertas. Pueden convencer o no convenir al lector, pero el efecto ideológico neto es más bien bajo, por lo menos durante sus primeras apariciones. Así, la convencionalidad es una ventaja ideológica en el uso de metáforas y metonimias conceptualizadoras.

En segundo lugar, el factor social de negociación del significado, así como la lucha por imponer conceptualizaciones que dependen del poder mediático (acceso, influencia, dinero) para poder propagarse, pone barreras a la convencionalización de los términos en disputa. El factor social hace casi imposible decidir de antemano qué metáforas o conceptualizaciones se impondrán como resultados únicos convencionalizados en la lengua, o si alguna lo hará en absoluto. De momento, una hipótesis que se sustenta en nuestro estudio tendería a predecir la fosilización independiente de ambas variantes en competencia, donde cada una adquiere la connotación política que caracteriza su origen: se convierten en el *shibboleth* que delata

la posición ideológica del hablante. Pero, tal como lo sugiere la obra de Croft (2000), se requiere de teorías que puedan modelar con granularidad y exactitud cómo se propagan los significados conceptuales (que son, en definitiva, fragmentos de *ideas*). Los modelos sociolingüísticos de redes sociales (Milroy, 2003) se han aplicado con éxito en la variación morfosintáctica para dar cuenta del rol del estatus del hablante en el cambio lingüístico. Las proyecciones teóricas para este estudio podrían incorporar además las teorías meméticas de propagación social de las ideas, que modelan el cambio como procesos evolutivos o como epidemias (Sperber, 1996).

El acceso a los medios digitales no implica necesariamente que estos sean leídos por todos. Por el contrario, en la era digital, es muy fácil eludir las fuentes de información que provienen de «otros» bandos; los consumidores de medios digitales pueden introducir filtros, mediante plataformas web como Facebook, Twitter y otros agregadores de contenidos, donde solamente reciben actualizaciones que provienen de fuentes afines a su forma de pensar. En los últimos años, además, hemos podido ser testigos de las tristes consecuencias de que algoritmos maliciosos, que buscan maximizar las ganancias de las plataformas a costa de la veracidad y confiabilidad de los contenidos que difunden, filtran la información de maneras nocivas. En contraste, gracias al control editorial de los medios tradicionales, como los noticieros y periódicos de alta circulación, estos siguen siendo las plataformas donde es posible reflejar una discusión de alcance global, además de alcanzar a una mayoría de la población hablante. Sin embargo, es posible que a veces funcionen como meros replicadores de términos novedosos creados en las redes sociales. Cuando la propagación depende del acceso a los medios de comunicación, los medios y quienes los controlan pueden influir en las posibilidades de convencionalización de las conceptualizaciones nuevas, como ocurrió en Chile durante la década de los setenta. Hoy más que nunca, el aumento y la penetración de las redes sociales y los medios electrónicos no dispensa a los medios libres y tradicionales —entre ellos la prensa escrita— de dar voz a los ciudadanos.



## Abreviaturas y convenciones

EL AMOR ES UNA FLECHA; NAVEGACIÓN	(en versalitas) Metafora, metonimia o categoría conceptual
<i>metafonimia</i>	(en cursiva) Mención de una expresión o palabra
‘metáfora basada en una metonimia’	(entre comillas simples) Significado de una expresión o palabra
CMT	Teoría de la metáfora conceptual ( <i>Conceptual Metaphor Theory</i> )
OCV	Validez de la pista onomasiológica ( <i>Onomasiological Cue Validity</i> )
AD/R	Receptor/lector ( <i>Addressee/Reader</i> )
SP/W	Emisor/escritor ( <i>Speaker/Writer</i> )





## Fuentes de corpus escrito

EC	<i>El Ciudadano</i>	<a href="http://www.elmostrador.cl">http://www.elmostrador.cl</a>
EM	<i>El Mundo</i>	<a href="http://www.elmundo.es">http://www.elmundo.es</a>
EMM	<i>El Mostrador Mercados</i>	<a href="http://www.elmostrador.cl/mercados">http://www.elmostrador.cl/mercados</a>
EP	<i>El País</i>	<a href="http://www.elpais.es">http://www.elpais.es</a>
LT	<i>La Tercera</i>	<a href="http://www.latercera.cl">http://www.latercera.cl</a>
MER	<i>El Mercurio</i>	<a href="http://www.emol.com">http://www.emol.com</a>
MOT	<i>El Mostrador</i>	<a href="http://www.elmostrador.cl">http://www.elmostrador.cl</a>
QP	Revista <i>Qué Pasa</i>	<a href="http://www.quepasa.cl">http://www.quepasa.cl</a>
TC	Revista <i>The Clinic</i>	<a href="http://www.theclinic.cl">http://www.theclinic.cl</a>
LMD	<i>Le Monde Diplomatique</i>	<a href="https://www.lemondediplomatique.cl">https://www.lemondediplomatique.cl</a>



# Índice de figuras

1.1.	LA ECONOMÍA ES UN CUERPO ENFERMO . . . . .	52
1.2.	Metonimia conceptual: <i>Ardía Cervantes</i> y <i>Sangre nueva</i> . . . . .	54
1.3.	Integración conceptual <i>Búnker fiscal</i> . . . . .	60
1.4.	Integración conceptual con tres niveles . . . . .	63
1.5.	Modelo semiótico de integración conceptual . . . . .	65
1.6.	Metáfora y metonimia conceptual . . . . .	72
3.1.	Función de la metáfora en la comunicación política . . . . .	90
3.2.	Metáfora ideológica . . . . .	91
4.1.	Cambio semántico . . . . .	111
4.2.	Continuo de convencionalidad y creatividad . . . . .	122
9.1.	Muestra de corpus codificado en MAXQDA . . . . .	144
10.1.	Estructura de prototipo de LAS INSTITUCIONES SON MÁQUINAS . . . . .	169
11.1.	Composición de LCH.CLEARNET ES EL PIRATA DRAKE . . . . .	178
11.2.	EL SEGADOR DE LA MUERTE . . . . .	180
11.3.	EL SEGADOR DE LA MUERTE con interfaz genérica . . . . .	181
11.4.	Integración conceptual LCH.CLEARNET ES EL PIRATA DRAKE . . . . .	184
11.5.	Integración conceptual <i>Una ensalada de impuestos verdes</i> . . . . .	186
11.6.	Integración conceptual <i>El pico de la burbuja</i> . . . . .	191
11.7.	Integración conceptual <i>Europa, metastizada y minada</i> . . . . .	193
12.1.	LA RETROEXCAVADORA . . . . .	224
12.2.	Integración conceptual <i>La retroexcavadora</i> . . . . .	225



# Índice de tablas

1.1. La metáfora de estructura de eventos (Evans y Green, 2011) . . . . .	56
2.1. Niveles de la metáfora (Steen, 2011) . . . . .	76
2.2. Niveles de la metáfora, clasificación: sistema (Müller, 2008) . . . . .	78
2.3. Niveles de la metáfora, clasificación: uso (Müller, 2008) . . . . .	80
3.1. Efectos ideológicos e interpretativos de las metáforas originales y convencionales (Goatly, 2007) . . . . .	97
3.2. Efectos de función y convencionalidad de las metáforas econó- micas . . . . .	99
7.1. Fuentes del corpus . . . . .	140
10.1. Dominios fuente de metáforas en el corpus . . . . .	160



## Bibliografía

- Alcaraz, E., Hughes, B., y Martínez, J. M. ([2008] 2012). *Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales. Spanish-English. Inglés-Español*. Barcelona, Ariel.
- Atria, J. (2014). Introducción: Impuestos y sociedad: Conceptos, dilemas y tensiones. En: Atria, J. [ed.], *Tributación en sociedad: Impuestos y redistribución en Chile del siglo XXI*, pp. 11–24. Santiago, Uqbar Editores.
- Austin, J. L. ([1962] 2009). *How to do things with words: [The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955]*. Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Barcelona, A. (2011). Reviewing the properties and prototype structure of metonymy. En: Benczes, R. [ed.], *Defining metonymy in cognitive linguistics: Towards a consensus view*, pp. 7–56. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- Barcelona, A. (2012). *Metaphor and metonymy at the crossroads: A cognitive perspective*. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Barcelona, A., Benczes, R., y Ruiz de Mendoza Ibáñez, F. J. [eds.] (2011). *Defining metonymy in cognitive linguistics: Towards a consensus view*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- Barnden, J. (2008). Unparalleled creativity in metaphor. En: *Creative Intelligent Systems: Papers from 2008 AAAI Spring Symposium*, Menlo Park, CA.
- Baroni, M., Zanchetta, E., Ferraresi, A., Ljubešić, N., y Shaoul, C. (2014). *BootCaT Front End 0.71*. Università di Bologna / Università di Trento. Disponible en <https://bootcat.dipintra.it/> [01.07.2018].
- Barthes, R. ([1957] 2008). *Mitologías*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores.
- Biblioteca Nacional de Chile (2016). La hacienda (1830–1930). *Memoria Chilena*. Recuperado de <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-695.html> [01.07.2018].
- Bielenia-Grajewska, M. (2009). The role of metaphors in the language of investment banking. *Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos (AELFE)*, 17, pp. 139–155.
- Biletzki, A. y Matar, A. (2016). Ludwig Wittgenstein, 3.6. Grammar and form of life. En: Zalta, E. N. [ed.], *The Stanford encyclopedia of philosophy*. Stanford University. Recuperado de <http://plato.stanford.edu/archives/fall2016/entries/wittgenstein> [01.07.2018].



- Black, M. (1993). More about mtaphor. En: Ortony, A. [ed.], *Metaphor and thought*. Cambridge, UK, Cambridge University Press.
- Blank, A. (1997). *Prinzipien des lexikalischen Bedeutungswandels am Beispiel der romanischen Sprachen*. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Boers, F. y Demecheleer, M. (1997). A few metaphorical models in (Western) economic discourse. En: *Discourse and Perspective in Cognitive Linguistics*, pp. 115–129. Ámsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- Bourdieu, P. ([1982] 2009). The conditions of possibility and the limits of political effectiveness. En: *Language and symbolic power*, pp. 127–136. Cambridge, UK, Polity Press.
- Bowdle, B. y Gentner, D. (2005). The career of metaphor. *Psychological Review*, 112(1), pp. 193–216.
- Brandt, L. y Brandt, P. A. (2005). Making sense of a blend: A cognitive-semiotic approach to metaphor. *Annual Review of Cognitive Linguistics*, 3, pp. 216–249.
- Brandt, P. A. (2004). *Spaces, domains, and meanings: Essays in cognitive semiotics*. Bern, Peter Lang.
- Cameron, L. (2003). *Metaphor in educational discourse*. Londres, Continuum.
- Casais Padilla, E. (2011). La respuesta a la crisis en la UE: España camino de su "década perdida". *Problemas del Desarrollo*, 42(166).
- Cavell, S. (2002). *Must we mean what we say?: A book of essays*. Cambridge, UK, Cambridge University Press.
- Charteris-Black, J. (2009). Metaphor and political communication. En: Mulsolf, A. y Zinken, J. [eds.], *Metaphor and discourse*, pp. 97–115. Londres, Palgrave Macmillan.
- Charteris-Black, J. y Ennis, T. (2001). A comparative study of metaphor in spanish and english financial reporting. *English for Specific Purposes*, 20, pp. 249–266.
- Chiarcos, C., Nordhoff, S., y Hellmann, S. [eds.] (2012). *Linked data in linguistics*. Berlín, Springer Verlag.
- Cortés de los Ríos, M. E. (2010). Cognitive devices to communicate the economic crisis: An analysis through covers in the economist. *Ibérica*, 20, pp. 81–106.
- Croft, W. (2000). *Explaining language change: An evolutionary approach*. Harlow, UK, Longman.
- Croft, W. y Cruse, D. A. (2004). *Cognitive linguistics*. Cambridge, UK, Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2008a). *A dictionary of linguistics and phonetics*. Malden, MA, Blackwell Publishers.

- Crystal, D. (2008b). *Function*. En: *A dictionary of linguistics and phonetics*. Malden, MA, Blackwell Publishers.
- Davidson, D. (1978). What metaphors mean. *Critical Inquiry*, 5(1), pp. 31–47.
- de Saussure, F. y Alonso, A. ([1972] 1991). *Curso de lingüística general*. Madrid, Alianza.
- Deignan, A. (1999). Linguistic metaphors and collocation in nonliterary corpus data. *Metaphor and Symbol*, 1(14), pp. 19–36.
- Deignan, A. (2005). *Metaphor and corpus linguistics*. Ámsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- Deignan, A. (2006). The grammar of linguistic metaphors. En: Stefanowitsch, A. y Gries, S. T. [eds.], *Corpus-based approaches to metaphor and metonymy*, pp. 106–122. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Díaz Tejera, A. (1991). La metáfora en Aristóteles. En: *De Homero a Libanio: Estudios actuales sobre textos griegos, UNED, 23–26 de octubre de 1991*, pp. 301–316, Madrid. Ediciones Clásicas.
- Díez, A., Cué, C., y Gutiérrez Calvo, V. (2011). *La indignación inquieta a la izquierda*. El País Digital. Recuperado de [https://politica.elpais.com/politica/2011/05/16/actualidad/1305580548\\_268992.html](https://politica.elpais.com/politica/2011/05/16/actualidad/1305580548_268992.html) [01.07.2018].
- Eggs, S. (2004). *An introduction to systemic functional linguistics*. Nueva York, Continuum.
- Evans, V. y Green, M. (2011). *Cognitive linguistics: An introduction*. Edinburgh, Edinburgh University Press.
- Fauconnier, G. y Turner, M. (1998). Conceptual integration networks. *Cognitive Science*, 22(2), pp. 133–187.
- Fauconnier, G. y Turner, M. (2003). *The way we think: Conceptual blending and the mind's hidden complexities*. Nueva York, Basic Books.
- Fernández-Montraveta, A. y Vázquez, G. (2014). The SenSem corpus: An annotated corpus for Spanish and Catalan with information about aspectuality, modality, polarity and factuality. *Corpus Linguistics and Linguistic Theory*, 10(2).
- Fischer, F. (2001). Cognitive structures and argumentative patterns in economics texts. En: Meyer, F. [ed.], *Language for Special Purposes: Perspectives for the New Millennium*, pp. 779–787. Tübingen, Narr.
- Fuertes Olivera, P. A., Arribas Baño, A., Velasco Sacristán, M., y Samaniego Fernández, E. (2002). La variación y la metáfora terminológica en el dominio de la economía. *Revista de la Asociación Española de Estudios Anglo-Norteamericanos*, 24(1), pp. 109–128.
- Gárate, M. (2012a). La pedagogía monetarista: Difusión y debate de las nuevas ideas económicas en la revista Hoy, 1975-1979. En: Ossandón,

- J. y Tironi, E. [eds.], *Adaptación. La empresa chilena después de Friedman*, pp. 109–134. Santiago, Uqbar Editores.
- Gárate, M. (2012b). *La revolución capitalista de Chile: 1973-2003*. Chile, Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Geeraerts, D. (1997). *Diachronic prototype semantics: A contribution to historical lexicology*. Oxford, UK, Clarendon Press / Oxford University Press.
- Geeraerts, D. (2002). The scope of diachronic onomasiology. En: Agel, V., Gardt, A., Hass-Zumkehr, U., y Roelcke, T. [eds.], *Das Wort. Seine strukturelle und kulturelle Dimension. Festschrift für Oskar Reichmann zum 65. Geburtstag*, pp. 29–44. Tübingen, Niemeyer.
- Geeraerts, D. (2008). The logic of language models: Rationalist and romantic ideologies and their avatars. En: Süsselbeck, K., Mühlischlegel, U., y Masson, P. [eds.], *Lengua, nación e identidad. La regulación del plurilingüismo en España y América Latina*, pp. 43–73. Frankfurt am Main, Vervuert.
- Geeraerts, D. (2010). *Theories of lexical semantics*. Oxford, UK, Oxford University Press.
- Gentner, D. y Bowdle, B. F. (2001). Convention, form, and figurative language processing. *Metaphor and Symbol*, 16(3-4), pp. 223–247.
- Gibbs, R. W. (1994). *The poetics of mind: Figurative thought, language, and understanding*. Cambridge, UK, Cambridge University Press.
- Goatly, A. (2007). *Washing the brain*. Ámsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- Goatly, A. (2011). *The language of metaphors*. Abingdon, UK, Routledge.
- Gracia, E., Ramos, J., y Moliner, C. (2014). El trabajo emocional desde una perspectiva clarificadora, tras treinta años de investigación. *Universitas Psychologica*, 13(4), pp. 15–27.
- Grady, J. E. (1997). *Foundations of meaning: Primary metaphors and primary scenes*. Tesis doctoral, UC Berkeley, Berkeley. Recuperado de <http://escholarship.org/uc/item/3g9427m2> [01.07.2018].
- Grady, J. E. (2001). A typology of motivation for conceptual metaphor: Correlation vs. resemblance. En: Gibbs, R. W. y Steen, G. J. [eds.], *Metaphor in cognitive linguistics: Selected papers from the Fifth International Cognitive Linguistics Conference, Amsterdam, July 1997*. Ámsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- Grice, P. (1993). *Studies in the way of words*. Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Grondelaers, S. y Geeraerts, D. (2003). Towards a pragmatic model of cognitive onomasiology. En: Cuyckens, H., Dirven, R., y Taylor, J. [eds.], *Cognitive approaches to lexical semantics*, pp. 67–92. Berlín, Mouton de Gruyter.

- Hanks, P. (2006). Metaphoricity is gradable. En: *Corpus-based approaches to metaphor and metonymy*. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Harvey, D. (1996). *Justice, nature, and the geography of difference*. Cambridge, MA, Blackwell Publishers.
- Häuser, K. (1986). Opfer und Steuer. Von der Antike zur Gegenwart. En: Schultz, U. [ed.], *Mit dem Zehnten fing es an: Eine Kulturgeschichte der Steuer*, pp. 13–24. München, C.H. Beck.
- Haverkamp, A. [ed.] (1996). *Theorie der Metapher*. Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Henderson, D. R. (2008). Milton Friedman. En: *The concise encyclopedia of economics*. Carmel, IN, Liberty Fund, Inc. Recuperado de <http://www.econlib.org/library/Enc/bios/Friedman.html> [01.07.2018].
- Henderson, W. (1986). Metaphor in economics. En: Coulthard, M. [ed.], *Talking about text: Studies presented to David Brazil on his retirement*, pp. 109–127. Birmingham, University of Birmingham.
- Herrera-Soler, H. y White, M. (2009). How business press headlines get their message across: A different perspective on metaphor. En: Musolff, A. y Zinken, J. [eds.], *Metaphor and discourse*, pp. 135–152. Londres, Palgrave Macmillan.
- Herrera-Soler, H. y White, M. [eds.] (2012). *Metaphor and mills: Figurative language in business and economics*. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Jakobson, R. (1975). Lingüística y poética. En: *Ensayos de lingüística general*, pp. 347–395. Barcelona, Editorial Seix Barral.
- Keith, A. (2009). Stereotype semantics. En: *Concise encyclopedia of semantics*. Ámsterdam, Elsevier.
- Keller, R. (1994). *On language change: The invisible hand in language*. Londres, Routledge.
- Klamer, A. y Leonard, T. C. (1996). So what's an economic metaphor. En: Leonard, T. C. y Mirowski, P. [eds.], *Natural images in economic thought*, pp. 20–51. Nueva York, Cambridge University Press.
- Koestler, A. (1989). *The act of creation*. Londres, Arkana [The Penguin Group].
- Koller, V. (2006). Of critical importance: Using electronic text corpora to study metaphor in business media discourse. En: Stefanowitsch, A. y Gries, S. T. [eds.], *Corpus-based approaches to metaphor and metonymy*, pp. 237–265. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Koller, V., Hardie, A., Rayson, P., y Semino, E. (2008). Using a semantic annotation tool for the analysis of metaphor in discourse. *Metaphorik*, 15, pp. 141–160.

- Kövecses, Z. (2007). Cross-Cultural Variation. En: *Metaphor in culture: Universality and variation*, pp. 67–113. Cambridge, UK, Cambridge University Press.
- Kövecses, Z. (2009). Metaphor, culture and discourse: The pressure of coherence. En: Musolff, A. y Zinken, J. [eds.], *Metaphor and discourse*, pp. 11–24. Londres, Palgrave Macmillan.
- Kövecses, Z. (2010a). *Metaphor: A practical introduction*. Nueva York, Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (2010b). A new look at metaphorical creativity in cognitive linguistics. *Cognitive Linguistics*, 21(4), pp. 663–697.
- Lakoff, G. ([1987] 2012). *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. Chicago, University of Chicago Press.
- Lakoff, G. (1993). The contemporary theory of metaphor. En: Ortony, A. [ed.], *Metaphor and thought*, pp. 202–251. Cambridge, UK, Cambridge University Press.
- Lakoff, G. (2009). *The political mind: A cognitive scientist's guide to your brain and its politics*. Nueva York, Penguin Books.
- Lakoff, G., Dean, H., y Hazen, D. (2004). *Don't think of an elephant! Know your values and frame the debate: The essential guide for progressives*. White River Junction, VT, Chelsea Green Publishing Company.
- Lakoff, G. y Johnson, M. ([1980] 2003). *Metaphors we live by*. Chicago, University of Chicago Press.
- Lakoff, G. y Turner, M. (1989). *More than cool reason: A field guide to poetic metaphor*. Chicago, University of Chicago Press.
- Lakoff, R. T. (2000). *The language war*. Berkeley, University of California Press.
- Langacker, R. W. (2008). *Foundations of cognitive grammar. Vol. 1: Theoretical prerequisites*. Stanford, Stanford University Press.
- Lieb, H. H. (1964). *Der Umfang des historischen Metaphernbegriffs*. Tesis doctoral, Universität zu Köln, Köln.
- Lieb, H. H. ([1967] 1996). Was bezeichnet der herkömmliche Begriff 'Metapher'? En: Haverkamp, A. [ed.], *Theorie der Metapher*. Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Mahon, J. E. (1999). Getting your sources right. What Aristotle didn't say. En: Cameron, L. y Low, G. [eds.], *Researching and applying metaphor*, pp. 69–80. Cambridge, Cambridge University Press.
- Marçal, K. (2016). *¿Quién le hacía la cena a Adam Smith?: una historia de las mujeres y la economía*. Barcelona, Debate.
- Matthews, P. H. (2005). Function. En: *The concise Oxford dictionary of linguistics*. Oxford, UK, Oxford University Press.

- McCloskey, D. (1985). *The rhetoric of economics*. Madison, WI, University of Wisconsin Press.
- McCloskey, D. (1992). *If you're so smart: Narrative of economic expertise*. Chicago, The University of Chicago Press.
- McCloskey, D. (1994). *Knowledge and persuasion in economics*. Cambridge, UK, Cambridge University Press.
- McCloskey, D. (1995). Metaphors economists live by. *Social Research*, 62(2), pp. 215–237.
- Michel, J.-B., Shen, Y. K., y Aiden, A. P. (2011). Quantitative analysis of culture using millions of digitized books. *Science*, 331(6014), pp. 176–182.
- Milroy, L. (2003). Social networks. En: Chambers, J. K., Trudgill, P., y Schilling-Estes, N. [eds.], *The handbook of language variation and change*, pp. 549–572. Oxford, UK, Blackwell Publishing.
- Mirowski, P. (1989a). How not to do things with metaphors. *Studies in History and Philosophy of Science Part A*, 20(2), pp. 175–191.
- Mirowski, P. (1989b). *More heat than light: Economics as social physics, physics as nature's economics*. Cambridge, UK, Cambridge University Press.
- Mirowski, P. (1994). *Natural images in economic thought: Markets read in tooth and claw*. Cambridge, UK, Cambridge University Press.
- Mirowski, P. (1996). ¿Sueñan las máquinas?: De los agentes económicos como cyborgs. *Política y Sociedad*, 21, pp. 113–131.
- Moreno Lara, M. Á. (2008). *La metáfora en el lenguaje político de la prensa americana: modelos cognitivos y formación de significado*. Granada, Editorial Comares.
- Müller, C. (2008). *Metaphors dead and alive, sleeping and waking: A dynamic view*. Chicago, University of Chicago Press.
- Musolff, A. (2010). Metaphor in discourse history. En: Winters, M. E., Tissari, H., y Allan, K. [eds.], *Historical cognitive linguistics*. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Nacey, S. (2004). Head and heart: metaphors and metonymies in a cross-linguistic perspective. En: Aijmer, K. y Hasselgaard, H. [eds.], *Translation and corpora: Selected papers from the Göteborg-Oslo Symposium*, pp. 87–111, Gotemburgo. Acta Universitatis Gothoburgensis.
- Nacey, S. (2013). *Metaphors in learner english*. Ámsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- Narbona, K. (2011a). La hipocresía de llamar a los trabajadores "colaboradores". *El Mostrador Online*. Recuperado de <http://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2010/12/24/la-hipocresia-de-llamar-a-los-trabajadores-colaboradores/> [01.07.2018].
- Narbona, K. (2011b). Starbucks y las amargas Happy Companies. *Centro de Investigación Periodística (CIPER)*. Recuperado de

- do de <http://ciperchile.cl/2011/09/14/starbucks-y-las-amargas-happy-companies> [01.07.2018].
- Narbona, K. (2013). El ataque institucional al trabajo y su larga estela. *Rufián Revista*, 3(15), pp. 37–39.
- Navarro, B., Martínez-Barco, P., y Palomar, M. (2005). Semantic annotation of a natural language corpus for knowledge extraction. En: Hutchison, D., Kanade, T., y Kittler, J. [eds.], *Natural language processing and information systems*, volumen 3513, pp. 365–368. Berlín, Springer Verlag.
- Nerlich, B. y Clarke, D. D. (1996). *Language, action, and context: The early history of pragmatics in Europe and America ; 1780 - 1930*. Ámsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- Nietzsche, F. y Sánchez Pascual, A. ([1873] 2015). *Consideraciones intempestivas*. Madrid, Alianza Editorial.
- Nirenburg, S. y Raskin, V. (2004). *Ontological semantics*. Cambridge, MA, MIT Press.
- Nunberg, G. (1987). Poetic and prosaic metaphors. En: *TINLAP '87 Proceedings of the 1987 Workshop on Theoretical Issues in Natural Language Processing*, p. 198. Association for Computational Linguistics.
- Núñez Cansado, M. (2008). Ingeniería de la metáfora cognitiva en la creatividad impresa. *Pensar la Publicidad*, 2(2), pp. 107–134.
- Orts Llopis, M. y Rojo López, A. M. (2010). Metaphor framing in spanish economic discourse: A corpus-based approach to metaphor analysis in the global systemic crisis. En: *A survey on corpus-based research – Panorama de investigaciones basadas en corpus*. Murcia, Asociación Española de Lingüística del Corpus.
- Oxford English Dictionary (2016). *Ulterior*. Disponible en <http://www.oed.com/> [28.07.2016].
- Partington, A. (2006). Metaphor, motifs and similes across discourse types: Corpus-assisted discourse studies (CAD). En: Stefanowitsch, A. y Gries, S. T. [eds.], *Corpus-based approaches to metaphor and metonymy*, pp. 267–304. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Portero Muñoz, C. (2011). Noun-noun euphemisms in the language of the global financial crisis. *Journal of the Spanish Association of Anglo-American Studies*, 2(33), pp. 137–157.
- Pragglejazz Group (2007). MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol*, 1(22), pp. 1–39.
- Ramacciotti, S. B. (2006). *Glosario económico-financiero: uso metafórico de voces*. Buenos Aires, Editorial Quorum: Universidad del Museo Social Argentino.

- Real Academia Española (2014a). Arraigar. En: *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Real Academia Española, 23a. edición. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=3eqEdmG> [01.07.2018].
- Real Academia Española (2014b). Biblia. En: *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Real Academia Española, 23a. edición. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=5RqulbT> [01.07.2018].
- Real Academia Española (2014c). Brazo. En: *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Real Academia Española, 23a. edición. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=64TRGIB> [01.07.2018].
- Real Academia Española (2014d). Capitanear. En: *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Real Academia Española, 23a. edición. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=7KTsTy4> [01.07.2018].
- Real Academia Española (2014e). Golpe. En: *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Real Academia Española, 23a. edición. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=JJdBKZh> [01.07.2018].
- Real Academia Española (2014f). Holgura. En: *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Real Academia Española, 23a. edición. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=KZWF7Ej> [01.07.2018].
- Real Academia Española (2014g). Mantra. En: *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Real Academia Española, 23a. edición. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=OHrDfPh> [01.07.2018].
- Real Academia Española (2014h). Mercado. En: *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Real Academia Española, 23a. edición. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=OyRtG0r> [01.07.2018].
- Real Academia Española (2014i). Organismo. En: *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Real Academia Española, 23a. edición. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=RBfDug8> [01.07.2018].
- Real Academia Española (2014j). Paraíso. En: *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Real Academia Española, 23a. edición. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=Rqpkdjg> [01.07.2018].
- Real Academia Española (2014k). Timón. En: *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Real Academia Española, 23a. edición. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=ZlrtAth> [01.07.2018].
- Real Academia Española (2014l). Viento. En: *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Real Academia Española, 23a. edición. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=bnYP5E0> [01.07.2018].
- Real Academia Española. Banco de datos (CORDE) [en línea]. (s. f.). *Corpus diacrónico del español*. Disponible en <http://corpus.rae.es/cordenet.html> [01.07.2018].



- Real Academia Española. Banco de datos (CREA) [en línea] (s. f.). *Corpus de referencia del español actual*. Disponible en <http://corpus.rae.es/crea-net.html> [01.07.2018].
- Richardt, S. (2004). Metaphors in economics. En: *Metaphor in languages for special purposes*, pp. 115–163. Frankfurt am Main, Peter Lang.
- Richardt, S. (2005). Metaphors in expert and common-sense reasoning. En: Zelinsky-Wibbelt, C. [ed.], *Text, Context, Concepts*, pp. 243–298. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Ricoeur, P. ([1976] 2004). *The rule of metaphor: The creation of meaning in language*. Londres, Routledge.
- Rosch, E. (1988). Principles of categorization. En: *Readings in cognitive science*, pp. 312–322. Ámsterdam, Elsevier.
- Ruiz de Mendoza Ibáñez, F. J. (1998). The role of mappings and domains in understanding metonymy. En: Barcelona, A. [ed.], *Metaphor and metonymy at the crossroads*, pp. 109–132. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Ruiz de Mendoza Ibáñez, F. J. y Peña Cervel, M. S. [eds.] (2005). *Cognitive linguistics: Internal dynamics and interdisciplinary interaction*. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Salgado, C. y Atria, F. (2014). Impuestos, gasto público y derechos sociales. En: Atria, J. [ed.], *Tributación en sociedad: Impuestos y redistribución en Chile del siglo XXI*, pp. 53–80. Santiago, Uqbar Editores.
- Samaniego Fernández, E. (2002). Prescripción y descripción: La metáfora en los estudios de traducción. *Trans, Revista de Traductología*, 6, pp. 47–61.
- Schön, D. (1993). Generative metaphor: A perspective on problem-setting in social policy. En: Ortony, A. [ed.], *Metaphor and thought*, pp. 137–163. Cambridge, UK, Cambridge University Press.
- Scott, M. (2011). *WordSmithTools 6.0.0.227*. Lexical Analysis Software. Recuperado de <http://www.lexically.net/wordsmith> [01.07.2018].
- Searle, J. R. (1999). Metaphor. En: *Expression and meaning: Studies in the theory of speech acts*, pp. 76–116. Cambridge, Cambridge University Press.
- Shutova, E. y Teufel, S. (2010). Metaphor corpus annotated for source – target domain mappings. En: *Language Resources and Evaluation 2010*, pp. 3255–3261, Malta. Recuperado de [http://www.lrec-conf.org/proceedings/lrec2010/LREC2010\\_Proceedings.zip](http://www.lrec-conf.org/proceedings/lrec2010/LREC2010_Proceedings.zip) [01.07.2018].
- Siahaan, P. (2008). *Metaphorische Konzepte im Deutschen und im Indonesischen: Herz, Leber, Kopf, Auge und Hand*, volumen 315 de *Europäische Hochschulschriften. Reihe XXI, Linguistik, Publications universitaires européennes. Série XXI, Linguistique ; European university studies. Series XXI, Linguistics*. Frankfurt am Main, Peter Lang.

- Silaški, N. y Đurović, T. (2010). The conceptualisation of the global financial crisis via the Economy Is a Person metaphor - a contrastive study of English and Serbian. *Facta Universitatis*, 2(8), pp. 129–139.
- Sinclair, J. (2005). Corpus and text - Basic principles. En: Wynne, M. [ed.], *Developing linguistic corpora: A guide to good practice*. Oxford, UK, David Brown Book Company.
- Skorczyńska, H. y Deignan, A. (2006). Readership and purpose in the choice of economics metaphors. *Metaphor and Symbol*, 2(21), pp. 87–104.
- Smith, A. ([1759] 2011). *The theory of moral sentiments*. Londres, Penguin.
- Sperber, D. (1996). *Explaining culture: A naturalistic approach*. Oxford, UK, Blackwell.
- Sperber, D. y Wilson, D. ([1986] 2001). *Relevance: Communication and cognition*. Oxford, UK, Blackwell Publishers.
- Steen, G. (2001). From linguistic to concetual metaphor in five steps. En: International Cognitive Linguistics Conference, Steen, G. J., y Gibbs, R. W. [eds.], *Metaphor in cognitive linguistics: Selected papers from the Fifth International Cognitive Linguistics Conference, Amsterdam, July 1997*, pp. 57–77. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- Steen, G. (2008). When is metaphor deliberate? En: Alm-Arvius, C. y Johannesson, N.-L. [eds.], *Selected Papers from the 2008 Stockholm Metaphor Festival*, pp. 43–64.
- Steen, G. (2009). Three kinds of metaphor in discourse: A linguistic taxonomy. En: Musolff, A. y Zinken, J. [eds.], *Metaphor and discourse*, pp. 25–39. Londres, Palgrave Macmillan.
- Steen, G. (2011). The contemporary theory of metaphor – Now new and improved! *Review of Cognitive Linguistics*, 1(9), pp. 26–64.
- Steen, G. (2013). Metaphor and style. En: Stockwell, P. y Whiteley, S. [eds.], *Cambridge handbook of stylistics*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Steen, G. (2014). The cognitive-linguistic revolution in metaphor studies. En: Littlemore, J. y Taylor, J. [eds.], *The Bloomsbury companion to cognitive linguistics*. Londres, Bloomsbury.
- Steen, G. J., Dorst, A., Herrmann, J. B., Krennmayr, T., y Pasma, T. [eds.] (2010). *A method for linguistic metaphor identification: From MIP to MIP-VU*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- Stefanowitsch, A. (2006). Words and their metaphors: A corpus-based approach. En: Stefanowitsch, A. y Gries, S. T. [eds.], *Corpus-based approaches to metaphor and metonymy*. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Stefanowitsch, A. y Gries, S. T. (2006). *Corpus-based approaches to metaphor and metonymy*. Berlín, Mouton de Gruyter.
- Svanlund, J. (2007). Metaphor and convention. *Cognitive Linguistics*, 18(1), pp. 47–89.

- Sznajder, M. (1996). Dilemmas of economic and political modernization in Chile: A jaguar that wants to be a puma. *Third World Quarterly*, 4(17), pp. 725–736.
- Tomasello, M. (2005). *Constructing a language: A usage-based theory of language acquisition*. Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Traugott, E. C. y Dasher, R. B. (2005). *Regularity in semantic change*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Urquidi, A. (2013). Metaphorische Konvention und Innovation in spanischer Sprache am Beispiel der Wirtschaftsmetapher. En: Wagner-Braun, M., Raev, A., y Hermann, I. [eds.], *Kolloquium 2013. Beiträge Bamberger Nachwuchswissenschaftlerinnen*, pp. 93–116, Bamberg. University of Bamberg Press.
- Urquidi, A. (2015). Meaning construction in creative metaphors: Conventional meaning integration through generic interfacing in a blend, and conditions of propagation and lexicalization. *Semantic Change. Catalan Journal of Linguistics*, 14, pp. 219–237.
- Urquidi, J. (2018). *Red Backhoe*. Santiago, Chile.
- Van Dijk, T. A. (1995). Discourse analysis as ideology analysis. En: Schäffner, C. y Wenden, A. [eds.], *Language and peace*, pp. 17–33. Amsterdam, Aldershot.
- Van Dijk, T. A. (2001). Critical discourse analysis. En: Schiffrin, D., Tannen, D., y Hamilton, H. E. [eds.], *The handbook of discourse analysis*, pp. 352–371. Malden, MA, Blackwell Publishers.
- Van Valin Jr., R. D. (2003). Functional linguistics. *The handbook of linguistics*, pp. 319–336.
- Velis-Meza, H. (2014). 'Patrón de fundo' y 'Roto con plata': Sepa por qué usamos estos chilenismos. *Publimetro*. Recuperado de <http://www.publimetro.cl/nota/cronica/patron-de-fundo-y-roto-con-plata-sepa-por-que-usamos-estos-chilenismos/xIQnip!VMREPvVZhFt2Y/> [01.07.2018].
- VERBI GmbH (2015). *MAXQDA 12.0.2*. Berlín, VERBI GmbH. Recuperado de <https://www.maxqda.com/about> [01.07.2018].
- Wang, H., Runtsova, T., y Chen, H. (2013). Economy is an Organism – a comparative study of metaphor in English and Russian economic discourse. *Text & Talk*, 2(33), pp. 259–288.
- Weinrich, H. ([1976] 1996). Semantik der kühnen Metapher. En: Haeverkamp, A. [ed.], *Theorie Der Metapher*. Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Wilson, D. y Carston, R. (2006). Metaphor, relevance and the 'emergent property'. *Mind and Language*, 3(21), pp. 404–433.
- Yu, N. (2009). *From body to meaning in culture: Papers on cognitive semantic studies of Chinese*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.



Este trabajo presenta un estudio de las metáforas creativas en la lengua y el uso. Con un marco teórico ponderado, que integra métodos de la semántica cognitiva, la lexicología histórica y la pragmática, se analizan enunciados reales extraídos de la prensa económica. A partir de estos se describe el procesamiento cognitivo de las metáforas creativas en el uso y las funciones que estas pueden desempeñar en el discurso.

Los más de 3.000 enunciados obtenidos se clasifican en términos estructurales y semánticos. Luego, se exponen algunos patrones frecuentes de procesamiento cognitivo asociados a la metáfora creativa, tales como la metafonimia (metáfora basada en la metonimia) y la integración conceptual. Estos procesos combinan elementos conceptuales de origen convencional y original para producir expresiones creativas. Con el tiempo, estas últimas pueden volverse parte del sistema de la lengua.

El significado de las expresiones metafóricas se contempla también dentro de su contexto de uso, histórico y social. Las metáforas pueden cumplir diversas funciones en la lengua, en el discurso e, incluso, en la mente del interlocutor. En el contexto político de Chile y España se identifican algunas metáforas ideológicas y contraideológicas que demuestran «cómo hacer cosas con metáforas» para influir con éxito en el discurso público.



ISBN: 978-3-86309-588-8



9 783863 095888

[www.uni-bamberg.de/ubp](http://www.uni-bamberg.de/ubp)