

## **Lo abstracto se hace concreto: el desarrollo de la competencia metafórica**

Roberta Giordano  
*Università degli Studi della Tuscia*

### **PREMISAS**

Durante nuestras interacciones a menudo utilizamos expresiones que, aunque provenientes de otro campo del pensamiento (“Juan me ha robado la idea”; “Su nombre está en todos los labios”; “He perdido el hilo del discurso”), resultan extremadamente eficaces, porque dotadas de una carga comunicativa elevadísima, capaz de fijar vínculos inmediatos y duraderos entre el valor abstracto de los conceptos y su significado concreto.

A partir del tratamiento metafórico del virus que la prensa española ha empleado para la representación de la reciente emergencia sanitaria COVID-19, representación que cuenta con algunos famosos estudios pioneros, como los de Sontag (1978), reflexionaremos sobre la oportunidad de desarrollar la competencia metafórica en el aula de lengua extranjera.

### **1. EL CÓDIGO EXPRESIVO DEL PERIODISMO**

El lenguaje del periodismo, cuyo objetivo primigenio es asegurar “una información veraz por cualquier medio de difusión” (art. 20 de la Constitución española), catalogado entre los lenguajes de los medios de comunicación, está caracterizado por un abanico heterogéneo de rasgos específicos. (Mapelli 2009) Entre los principales destacan: la concisión (sintaxis sencilla con oraciones breves, elipsis, etc.), la claridad, la precisión, la captación del lector (juegos de palabras, metáforas, artificios retóricos, etc.), la objetividad, la corrección (véanse los libros de estilo como el de *El País*), los elementos tipográficos e icónicos (desde el tamaño de las letras y el layout, hasta los colores y las imágenes). Sus géneros<sup>1</sup> (la noticia, el editorial, la crónica, el reportaje, la entrevista, el artículo firmado), son contruidos, ajustando los contenidos a sus objetivos comunicativos concretos (fíjense en la macroestructura de la pirámide invertida de la noticia) y al grado de especialización y profesionalización de sus usuarios (dimensión vertical y horizontal de las lenguas de especialidad).

---

<sup>1</sup> Los géneros son definidos: “Las unidades de comunicación de una comunidad. Constituyen una síntesis de situaciones y manifestaciones discursivas prototípicas que constituyen una herencia aprendida y un medio de aceptación en las diferentes comunidades [...]”. (García Izquierdo y Monzó Nebot 2003: 86)

Si Mapelli (2009), además, insiste en la dimensión semiótica del texto periodístico, es decir, esa red de artificios que servirían para orientar la importancia de la información y enjuiciarla también (tiene más relieve la noticia colocada en la portada, en la primera página de cada sección, en las páginas impares, en la mitad superior y en la parte izquierda de la página), Casado Velarde (2008), por el contrario, hace hincapié en la propiedad de la polifonía discursiva, según la cual, mediante algunas estrategias expresivas (estilo del discurso, negación polémica, ironía, interrogación retórica, encapsuladores, lexemas que contienen juicios o valores, marcadores discursivos, como al parecer, según parece, por lo visto, refranes, locuciones, fórmulas, citas famosas, títulos literarios o cinematográficos), el texto periodístico vehicularía múltiples textos/discursos.

Respecto al tema de nuestro interés precisamos que, siendo el entramado textual que sostiene el mecanismo metafórico predominantemente argumentativo y/o persuasivo,<sup>2</sup> el titular periodístico (apelativo, expresivo, temático o informativo, Mapelli 2009: 87), por su función intrínseca (despertar el interés del lector y mantener su atención) es un terreno muy fértil para la metaforización. Se trata, por otra parte, de la sección informativamente más densa del texto, debiendo condensar en un espacio reducido, impactando en la mente del lector, lo más relevante de los hechos referidos y estudiada, desde varias perspectivas, por muchos autores. Van Dijk (1997: 134) la define “la parte más importante”, Steel (1971: 15) “la forma periodística por antonomasia”, Alarcos Llorach (1977: 128) “un sistema semiológico particular que aunque derivado de la lengua se superpone a ésta”, Zorrilla Barroso (1996: 9) “un texto autónomo”, Dor (2003: 696) la clasifica entre los *relevance optimizers* y Pou Amérigo (2001: 145) la explica como el primer contacto entre el lector y la noticia<sup>3</sup>.

Más en general, es correcto afirmar que, gracias a la metáfora, la fuerza originalmente argumentativa de algunos textos (los de comunicación política), de algunos géneros (editoriales, columnas de opinión, comentarios políticos) y del discurso periodístico informativo en general (donde la metaforización sería un mecanismo de argumentación implícita) (Olza Moreno 2008), se haría persuasiva.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Sobre este aspecto véanse los trabajos de Anscombe y Ducrot (1994); Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2007); Calsamiglia y Tusón Vals (1999).

<sup>3</sup> Sobre los patrones morfosintácticos e informativos que sostendrían la autonomía del titular, véase a Palazón (2012).

<sup>4</sup> Véanse los trabajos de Verschueren (1985); Núñez Ladevéze (1991); van Dijk (1992); Martínez Albertos (1992); Muñoz Torres (1995); Herrero (1996); Montolío Durán (2004); Vázquez Bermúdez (2006a y 2006b).

## 2. LA METÁFORA DEL VIRUS Y EL VIRUS COMO METÁFORA

El punto de partida para nuestro estudio es un dato patente e incontrovertible: el poder cognitivo y comunicativo de las metáforas. Si para van Dijk (2005: 41) “pocas figuras semántico-retóricas son tan persuasivas como las metáforas”, para Albelda Marco y Fernández Colomer (2003) dichos tropos, capaces de transformar en familiares y concretos los conceptos poco familiares y abstractos, serían un instrumento de intensificación proposicional también. Se tiende a confirmar, como se puede desprender, la fuerza intrínseca del vínculo entre metáfora y argumentación (la primera sería funcional a la segunda), como poderosa herramienta de interpretación de la realidad.

Centrándonos ahora en el tratamiento metafórico del virus durante la reciente pandemia, se observa una representación que se mueve constantemente dentro de la oposición física y psicológica evocada por un escenario de guerra, porque su propósito principal es la derrota del virus, aliándose y batallando con los sanitarios y los científicos (“Los sanitarios en primera línea contra la COVID-19, premio Princesa de Asturias de la Concordia”, El País, 2020), imponiéndose, así, un cliché narrativo predominante: “La vacunación contra el Covid: el nuevo telón de acero que divide Europa” (El Mundo, 2021); “Estamos en guerra con un virus que amenaza con destruirnos” (Organización Mundial de la Salud, 2021).

La crisis sanitaria ha transformado el discurso en un lugar de polarización, donde, a nuevos comportamientos sociales corresponden nuevas elecciones lingüísticas para explicar necesidades y circunstancias imprevistas, porque de emergencia y uno de los factores que ha favorecido esta polarización ha sido precisamente la creatividad metafórica:

The Covid-19 pandemic has created challenges for communication, thinking and well-being that have been met, in part, by means of creative metaphors [...]. Metaphors are central to our everyday interactions and cognition because they make it possible to communicate and talk and think about one thing in terms of another, based on perceived similarities or correspondences. [...] Metaphors can help bridge the gap between what we know and what we seek to know by making the strange look familiar, or, conversely, providing a novel angle on what is familiar. Creative metaphors, in particular, can provide new perspectives on our experiences and therefore, as argued by Hidalgo-Downing (2020: 8), “they can potentially shape new discourses and social practices”. (Pérez Sobrino et al. 2022: 127)

El léxico paramilitar se ha hecho habitual de la crónica periodística, transformando al enemigo en quien viola las reglas del distanciamiento social o rompe los protocolos de seguridad, hasta penetrar en todo género del discurso: primera línea, trinchea, vencer, combatir, derrotar, arma, (auto)defensa, aislamiento, distanciamiento, propagación, difusión,

enemigo, *killer*, estrategia, victoria, ataque, retirada, maniobra, contraataque, tregua, rendición, *lockdown*, control, etc.

Al mismo tiempo, siendo la pandemia una cuestión numérica también, considerado que es necesario monitorizar su evolución, se ha recurrido no solo a un campo semántico emocional, como el bélico, sino también a los que permiten realizar esa monitorización, el matemático-estadístico y el financiero: fíjense en términos como ritmo, porcentaje, algoritmo, curva, incidencia, subida, bajada, de/incremento, etc., usados para comentar tablas y gráficos.

Para decodificar la explicación figurada de la pandemia, en opinión de De Cesare (2021) y Minervini (2021), serían muy útiles las aportaciones del Cognitivismo y, sobre todo, de la Teoría de la metáfora conceptual (“Metaphors are mapping; that is, sets of conceptual correspondences”, Lakoff 1993: 207), cuya premisa es que el pensamiento humano sería, fundamentalmente, metafórico. De acuerdo con el enfoque cognitivo, se supone que la metáfora permitiría configurar conceptualmente e interiorizar nociones más abstractas mediante otras más concretas, de ahí que con relación a la expresión figurada “I see what you are saying”, la correspondencia entre el dominio físico del verbo explícito *see* y el dominio abstracto del implícito *understand* (Lakoff y Johnson 1980: 79-81) facilite no solo la comprensión de su significado, sino su representación en un todo coherente y unitario también.

La metáfora bélica, por lo tanto, colocada entre las metáforas estructurales,<sup>5</sup> no sería una modalidad expresiva retórico-poética, ni una cuestión exclusivamente lingüística, sino más bien una manera de organizar y representar el mundo, capaz de crear nudos sólidos entre la abstracción y no familiaridad de la cientificidad del virus y la concreción y familiaridad de la violencia de la guerra: un instrumento argumentativo y persuasivo de primer orden, funcional a la imposición y aceptación de límites a los comportamientos individuales y colectivos.

### 3. EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA METAFÓRICA: UNA PROPUESTA

A partir de las pautas teórico-metodológicas presentadas, pensamos que sería provechoso emplear los titulares en el aula de lenguas extranjeras como instrumento de explotación de la competencia metafórica. Si por un lado los textos auténticos, como los de la prensa, promueven un aprendizaje lingüístico anclado no solo a las categorías formales, sino

---

<sup>5</sup> Se trata de figuras derivantes de un mecanismo específico: “un concepto abstracto se organiza a partir de otro más concreto a través de un dominio cognitivo”. (Minervini 2021: 33)

al uso real y contextualizado del habla también, por otro saber metaforizar significa comunicarse de una manera ágil y consciente, resultando, así, la señal tangible del alcance de una habilidad de rango superior.

Dentro del marco cognitivo, a partir de los años Ochenta del siglo pasado, Danesi (1988) y Low (1988), superando la excesiva formalidad que tradicionalmente ha caracterizado la glotodidáctica, han intravisto en la implementación en el aula de actividades centradas en el ejercicio de metaforización una herramienta muy adecuada para el proceso de aprendizaje de la lengua segunda:

the possibility of incorporating metaphorical competence into the *modus operandi* of SLT can no longer be ignored. [...]. To ignore metaphor is to ignore a large segment of the native speaker's competence. As Mitchell (1993: 3) so aptly remarks, the conceptual system "encompasses recognition, categorization, and analogy-making, and its central feature is the fluid application of one's existing concepts to new situations". The true sign of proficiency in the SL, as a matter of fact, can be considered to be the ability to demonstrate this "fluid application" of target language structures to novel discourse tasks. (Danesi 1995: 17)

Littlemore, además, artífice de la noción de inteligencia metafórica, junto con Low subraya que el pensamiento metafórico ayudaría a aclarar los nexos existentes entre gramática y cognición, transformándose así en un instrumento heurístico: "that metaphoric competence has in fact an important role to play in all areas of communicative competence. In other words, it can contribute centrally to grammatical competence, textual competence, illocutionary competence, sociolinguistic competence, and strategic competence" (Littlemore y Low 2006: 269).

Precisando que las consideraciones aquí propuestas son solo el punto de partida para una investigación futura, fundamentada en los resultados derivantes de la realización de una unidad didáctica sobre el tema escogido, destinada a una clase de estudiantes universitarios italófonos de *Lingua e traduzione – Lingua spagnola*, por el momento nos limitamos a definir el perímetro de nuestro experimento, evaluando los supuestos beneficios de la metaforización, entre los cuales destacarían: ayudar a llenar los vacíos creados por el nacimiento de campos semánticos nuevos e incentivar una inclinación comparativo-contrastiva entre L1 y L2.

Sin embargo, pensamos que el valor añadido del desarrollo de la competencia metafórica es aprender a procesar, almacenar, interiorizar y producir, sobre todo, metáforas novedosas, transformándose, así, en una *strategic competence* (Bachman 1990):

I use the term ‘metaphoric competence’ to describe the fluid aspects of metaphor interpretation and production. Fluid intelligence refers to one’s ability to process new information and acquire new skills, whereas crystallized intelligence refers to information already acquired and skills already learned (Horn 1982). ‘Fluid’ metaphoric competence therefore refers to a person’s ability to understand and produce metaphors that are novel. It does not incorporate the ability to simply recall the meanings and usages of metaphors that are already known. (Littlemore 2002: 42-43)

Como se puede intuir, no se trata —solo— de la manera de expresarse de los hablantes, sino, más bien, de su capacidad de interrelacionar informaciones y planos, herramienta comunicativa estratégica.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALARCOS LLORACH, Emilio (1977): “Lenguaje de los titulares”, en Fernando Lázaro Carreter (ed.), *Lenguaje en periodismo escrito*. Madrid: Fundación Juan March, pp. 125-148.
- ALBELDA MARCO, Marta y FERNÁNDEZ COLOMER, María José (2003): “Intensificación y metáfora”, en *Actas del XXIII Congreso Internacional de Lingüística y Filología Románica*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, pp. 3-9.
- ANSCOMBRE, Jean Claude y DUCROT, Oswald (1994): *La argumentación en la lengua*. Madrid: Gredos.
- BACHMAN, Lyle F. (1990): *Fundamental Considerations in Language Testing*. Oxford: Oxford University Press.
- CALSAMIGLIA, Helena y TUSÓN VALS, Amparo (1999): *Las cosas del decir*. Barcelona: Ariel.
- CASADO VELARDE, Manuel (2008): “Algunas estrategias discursivas en el lenguaje periodístico de hoy”, en *Boletín hispánico helvético*, vol. 12, pp. 71-97.
- DANESI, Marcel (1988): “The development of metaphorical competence: a neglected dimension in second language pedagogy”, en Albert Mancini, Paolo Giordano et al. (eds.), *Italiana. Selected papers from the proceedings of the Third Annual Conference of the American Association of Teachers of Italian*. New York / Riverforest: Rosario College, pp. 1-10.
- (1995): “Learning and teaching languages: the role of conceptual fluency”, en *International Journal of Applied Linguistics*, vol. 5, n.º 1, pp. 3-20.
- DOR, Daniel (2003): “On newspaper headlines as relevance optimizers”, en *Journal of Pragmatics*, vol. 35, issue 5, pp. 695-721.
- DE CESARE, Francesca (2021): “Las metáforas para representar la emergencia COVID-19 en los títulos de ABC, El Mundo y El País”, en Mariadomenica Lonostro, Rosaria Minerivi (eds.), *Il potere della lingua. Comunicazione, narrazione, manipolazione*, vol. 2, Granada: Comares, pp. 1-27.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina y ALCAIDE LARA, Esperanza (2007): *La argumentación lingüística y sus medios de expresión*. Madrid: Arco/Libros.
- GARCÍA IZQUIERDO, Isabel y MONZÓ NEBOT, Esther (2003): “Una enciclopedia para traductores. Los géneros de especialidad como herramienta privilegiada del traductor profesional” en Ricardo Muñoz Martín (ed.), *I AIETI. Actas del I Congreso Internacional de la Asociación Ibérica de Estudios de Traducción*. Granada: Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación, pp. 83-97.

- HERRERO, Carmen (1996): *Periodismo político y persuasión*. Madrid: Actas Editorial.
- LAKOFF, George (1993): “The contemporary theory of metaphor”, en Andrew Ortony (ed.), *Metaphor and Thought* (Second Edition). Cambridge: Cambridge University Press, pp. 202-251.
- LAKOFF, George y JOHNSON, Mark (1980): *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press.
- LITTLEMORE, Jeanette (2002): “Developing Metaphor Interpretation Strategies for Students of Economics: A Case Study”, en *Les Cahiers de l’APLIUT*, vol. XXI, n.º 4, pp. 40-60.
- LITTLEMORE, Jeanette y LOW, Graham (2006): “Metaphoric competence, second language learning, and communicative language ability”, en *Applied Linguistics*, 27, 2, pp. 268-294.
- LOW, Graham (1988): “On teaching metaphor”, en *Applied Linguistics*, 9, 2, pp. 125-147.
- MAPELLI, Giovanna (2009): “El lenguaje de los medios de comunicación”, en Maria Vittoria et al. (eds.), *Las lenguas de especialidad en español*. Roma: Carocci, pp. 75-100.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1992): *Curso general de redacción periodística. Lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Madrid: Paraninfo.
- MINERVINI, Rosaria (2021): “El (corona)virus en la lengua del poder: las metáforas en las comparencias de Pedro Sánchez”, en Mariadomenica Lonostro, Rosaria Minervini (eds.), *Il potere della lingua. Comunicazione, narrazione, manipolazione*, vol. 2, Granada: Comares, pp. 29-42.
- MONTOLÍO DURÁN, Estrella (2004): “Objetividad y valoración en el discurso periodístico (o de cómo la gramática dirige la interpretación)”, en Elvira Arnoux, María Marta García Negroni (eds.), *Homenaje a Oswald Ducrot*. Buenos Aires: Eudeba, pp. 259-278.
- MUÑOZ TORRES, Juan Ramón (1995): “Objetivismo, subjetivismo y realismo como posturas epistemológicas sobre la actividad informativa”, en *Comunicación y Sociedad*, VIII/2, pp. 141-171.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis (1991): “El estilo en periodismo”, en Josep Casasús, Luis Núñez Ladevéze, *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel, pp. 101-139.
- OLZA MORENO, Inés (2008): “Metáfora y argumentación en el lenguaje político y la prensa españoles. Aproximación a las metáforas relacionadas con el ‘proceso de paz’”, en *Elua*, 22, pp. 213-242.
- PALAZÓN, Juan Nadal (2012): “Observaciones sobre la configuración lingüística de los titulares periodísticos: España y México” en Patrizia Botta, Aviva Garribba, María Luisa Cerrón Puga, Debora Vaccari (eds.), *Rumbos del hispanismo en el umbral del Cincuentenario de la AIH*, vol. 8, pp. 122-132.
- PÉREZ-SOBRINO, Paula et al. (2022). “Acting like a Hedgehog in Times of Pandemic: Metaphorical Creativity in the #reframecovid Collection”, en *Metaphor and Symbol*, 37, 2, pp. 127-139.
- POU AMÉRIGO, María José (2001): “Los titulares de prensa y los nuevos servicios de información por correo electrónico y teléfono móvil” en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, 1, pp. 145-157.
- SONTAG, Susan (1980 [1978]): *La enfermedad y sus metáforas. El sida y sus metáforas* (traduc. Mario Muchnik). Madrid: Taurus Pensamiento.
- STEEL, Brian (1971): “Los estilos funcionales y la enseñanza del idioma”, en *Español Actual*, n.º 18, pp. 9-18.
- VAN DIJK, Teun A. (1992): *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós.
- (1997): “¿Cómo se lleva una minoría a los titulares? Minorías étnicas en la prensa”, en *Racismo y análisis crítico de los medios* (trad. Montserrat Basté Kraan). Barcelona: Paidós, pp. 125-173.
- (2005): “Política, ideología y discurso”, en *Quórum académico*, vol. 2, n.º 2, pp. 15-47.

- VÁZQUEZ BERMÚDEZ, Miguel Ángel (2006a): *Noticias a la carta. Periodismo de declaraciones o la imposición de la agenda*. Sevilla: Comunicación Social.
- (2006b): “Los medios toman partido”, en *Ámbitos*, n.º 15, pp. 257-267.
- VERSCHUEREN, Jef (1985): *International News Reporting. Metapragmatic Metaphors and the U-2*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- ZORRILLA BARROSO, José Manuel (1996): *El titular de la noticia. Estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid.