

LA FUNCIÓN SEMÁNTICA, COGNITIVA Y PRAGMÁTICA DE LAS METÁFORAS ECONÓMICAS EN EL CORPUS DE TEXTOS ESPECIALIZADOS, SEMIESPECIALIZADOS Y DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

SEMANTIC, COGNITIVE AND PRAGMATIC FUNCTION OF ECONOMICS METAPHORS IN THE CORPUS OF SCIENTIFIC, SEMI-SPECIALIZED AND POPULAR SCIENCE TEXTS

VERONIKA DE AZEVEDO CAMACHO

Abstract

The interest in the scientific specialized texts, its definition and mainly the delimitation of the specialized as opposed to the general, common, has led to a proliferation of works dealing with this topic. In this paper we will study the correlation between the number of metaphors and the level of the specialized in the texts and we will analyze the different function of the economics metaphor in the context of the highly specialized, semi-specialized and popular science texts and its impact on the reader.

Keywords: *metaphor, scientific text, semi-specialized, popular science, semantic, cognitive, pragmatic function.*

Abstracto

El interés por los textos de especialidad, su definición y sobre todo la delimitación de lo especial frente a lo general o común ha llevado en los últimos años a una proliferación de obras de todo tipo. En este trabajo estudiaremos la correlación entre el número de las metáforas y el grado de especialidad del texto y analizaremos la función diferente y distintiva de la metáfora económica en relación al texto especializado, semiespecializado y divulgativo, y su resonancia y proyección variada en el receptor.

Palabras clave: *metáfora, texto especializado, semiespecializado, divulgación científica, función semántica, cognitiva, pragmática.*

Introducción

El interés por los textos de especialidad, su definición y sobre todo la delimitación de lo especial frente a lo general o común ha llevado en los últimos años a una proliferación de obras de todo tipo. Se suelen citar tres condiciones que deben tomarse en cuenta al caracterizar el texto especializado: la condición cognitiva (la conceptualización de los contenidos en relación a los esquemas científicos dados), la gramatical (el uso de la terminología y el empleo de estructuras textuales sistemáticas idóneas para la presentación de la información especializada), y la pragmática (la relación entre emisor y receptor) (Cabré, 1999, pp. 190 – 191). No obstante, para clasificar los textos especializados en su conjunto hay que tomar en consideración también los rasgos diferenciadores del grado de especialización y el valor atribuido a cada uno de los criterios textuales. Como señala Cabré (2002, pp. 21 – 22), por una parte las “tipologías textuales [...] son sistemas de organización que permiten hacer generalizaciones y establecer predicciones orientativas” y, por otra, “una tipología textual no puede reducirse a una jerarquía binaria” porque existe una “amplia gama de realizaciones que se ubica en un eje gradual.” Esto nos lleva a la postura del *continuum* (Balboni, 1986), concepto cuyo parámetro más importante a la hora de establecer sus límites es el marco comunicativo. Por consiguiente, al determinar los diferentes grados de especialidad de los textos recurrimos al análisis textual cualitativo de Rodríguez-Tapia (2016) y al modelo de multiniveles de Ciapuscio y Kuguel

(2002) que engloban todos los aspectos relevantes, es decir, el funcional, el situacional, el semántico y el formal. Así pues, integrando el concepto de *continuum* en nuestra clasificación de textos, adoptamos la división de los textos en especializados, semiespecializados y de divulgación científica para poder movernos a lo largo de todo el eje de los niveles de especialidad.

Habitualmente, se le atribuye al lenguaje especializado la función representativa del lenguaje cuya misión fundamental es la de informar. No obstante, en línea del trabajo de Gutiérrez Rodilla sobre los estilos científicos (2005, p. 19 – 49), presenciamos otras funciones muy alejadas de la mera transmisión de conocimientos: la conativa, la expresiva o la persuasiva, que tienen como fin la interacción social. Por lo tanto, es nuestro objetivo demostrar que tanto un científico como un divulgador de ciencia (de conocimiento especializado) tienen a su alcance una amplia gama de posibilidades de cómo acercarse al público (especializado, semiespecializado o de bajo nivel de especialización) y despertar su interés por los avances científicos, al igual que generar una opinión e influir en la formación de una actitud. Para ello nos dedicaremos al uso de las metáforas en todos los niveles de especialización de los textos económicos. Además, observaremos como el concepto del *continuum* del discurso especializado, semiespecializado, divulgativo y el general, encaja con la noción de *continuum* entre la metáfora *básica* o la metáfora *constitutiva* en sus grados de generalidad y especificación (las metáforas genéricas y las específicas).

Conviene recordar que en 1982, Henderson abrió la discusión sobre la metáfora en la economía, señalando la escasez de los análisis de los recursos figurados en dicho campo, a pesar de su uso tan amplio y premeditado en los textos económicos. Un año más tarde, McCloskey (1983, p. 481 – 517) en su obra fundamental “The Rhetoric of Economics” afirma que ningún economista es capaz de hablar sin una sola metáfora y que cada paso en el razonamiento económico, incluso el de la retórica oficial, es metafórico. En otro trabajo pionero e innovador, “So what’s an economic metaphor” de Klamer y Leonard (1994: 20-51), se postula que el lenguaje figurado, especialmente la metáfora, nos permite entender la economía de una manera que la representación literal no lo puede hacer. En el año 1994, Henderson afirma que la metáfora es actualmente reconocida, por lo menos entre los psicoanalistas cognitivos, como un aspecto dominante y extendido de la lengua común, incluyendo los discursos técnico o el académico (apud Herrera y White, 2000, p. 55). Los lingüistas que se adhieren a esta corriente de investigación ya no cuestionan tanto la existencia de la metáfora “científica”, sino más bien su papel y función en el discurso especializado, puesto que su uso y función responden a numerosos objetivos, lo cual iremos demostrando en nuestro análisis. Son dos los aspectos que intentaremos desarrollar en más detalle: 1) el volumen metafórico de cada subcategoría de los textos especializados y la correlación entre el número de las metáforas y el grado de especialidad del texto, y 2) la función diferente y distintiva de la metáfora en relación al texto especializado, semiespecializado y divulgativo, y de ahí su resonancia y proyección variada en el receptor.

Contextualización del corpus

Dado que nuestro interés radica en mostrar que la representación de las metáforas difiere tanto en su número como en su función según se empleen en los diversos grados de especialización, hemos recogido muestras de textos de cada grado anteriormente especificado. El corpus se compone de tres partes, cada una conteniendo aproximadamente 52 000 palabras. El material de partida escogido para los fines de nuestro estudio cubre la turbulenta época del estallido de una de las peores crisis financieras globales de las últimas décadas, la crisis del año 2008, devastadora tanto para las empresas como para los ciudadanos españoles. Se trata, pues, de textos que, aparte de ser delimitados temáticamente, cumplen bien con el papel persuasivo e ideológico pragmático, puesto que se encuentran a caballo entre la economía, política, y en

cierto modo, también la ideología, y representan temas de interés general en todos los niveles de la sociedad.

Primeramente, estudiamos los textos altamente especializados elegidos a base de las recomendaciones publicadas sobre las valoraciones de las revistas científicas económicas indexadas y de impacto (Román A., Giménez, E., 2000). Llegamos a elegir cinco ejemplares de dos revistas impactadas; en concreto, se trata de la *Revista de Economía Mundial* y la *Revista de Economía Aplicada*. En segundo lugar, reunimos 11 textos que cumplen con los criterios anteriormente establecidos para los textos semiespecializados. En este sentido, contamos con 3 entrevistas a los ecónomos especialistas – académicos, 1 artículo publicado en la revista de las Cámaras de comercio, 5 artículos publicados por catedráticos de Economía en revistas universitarias no impactadas de tema económico para amplio público universitario y general, 1 texto económico destinado para la Asociación de Profesores/educadores Amigos de la Ciencia, y, por último, un ensayo sobre la crisis, publicado como texto de portada en una revista universitaria (de temas generales) en línea. El mérito del estudio de los textos seleccionados consiste precisamente en ofrecer una amplia gama de tipología textual analizada.

Finalmente, como punto de partida para el análisis del tercer grupo de textos, elegimos dos periódicos españoles que se especializan en economía y finanzas y suelen ser considerados como los de la cobertura más profunda del tema para el público sobre todo general, pero sin excluir al semiespecializado y/o al especializado. Son *El Economista* y el suplemento dominical *Negocios* de *El País*. Sin lugar a dudas, se trata de artículos actuales y dinámicos que, aparte de abordar temas económicos, en su mayoría apelan a las sensaciones y a veces conllevan un mensaje ideológico escondido entre sus líneas.

Metodología

Procedamos ahora a la descripción de las cinco etapas de la investigación llevada a cabo con el fin de analizar y ejemplificar la función de la metáfora en el corpus de los textos arriba indicados. Acabada la primera fase de la selección minuciosa de los textos según los criterios establecidos y del cálculo de las palabras, sometimos el corpus completo de aproximadamente 156 000 palabras a una revisión detallada en búsqueda de las metáforas lingüísticas. El criterio más válido en la distinción de la metáfora que adoptamos es el expuesto por Goatly (1997, p. 86), quien sostiene que la metáfora se restringe a casos de un acto de referencia no convencional o un enlazamiento entendido a base de una similitud, adecuación, ajuste o analogía que involucran a un referente convencional o un enlace de la unidad y el referente mismo no convencional. La tercera fase del análisis cualitativo abarca la distinción entre la metáfora genérica – “*el instrumento central de organización del discurso*” (Henderson, 1986, p. 110), perteneciente al “stock” convencional de cada lengua – y las metáforas económicas propias del discurso profesional, incluyendo las innovativas (que no se suelen considerar genéricas dado que no forman parte de los recursos convencionales de la lengua), al igual que las terminológicas. Para definir y clasificar los tipos concretos, se ha recurrido a los diccionarios del uso de la lengua española, principalmente al *DRAE* (Edición Tricentenario, Actualización 2018) y el *WordReference.com* (de aquí en adelante los diccionarios generales). Además, nos valimos de los diccionarios especializados, en concreto del extenso *Diccionario de Economía y Negocios* (Andersen, 1999), que es considerado como uno de los que más en detalle desarrolla la terminología económica, y – como obra de referencia – igualmente recurrimos al *Business Dictionary in 11 languages* (Svojtka, 2000).

Para cumplir con nuestro objetivo, consultamos cada realización lingüística de la metáfora encontrada en los diccionarios mencionados atendiéndonos a su contexto, conscientes de las dificultades que encierra la tarea de establecer una clasificación objetiva de todos los tipos. En lo que se refiere a las metáforas genéricas, son aquellas que solo se encuentran en los diccionarios generales. Al aparecer en un diccionario especializado o general con la acepción de ser una metáfora económica, la incluimos en el corpus de las metáforas económicas.

Evidentemente, no podemos negar la validez de las acepciones en los diccionarios, sin embargo, ha sido inevitable consultar en unos pocos casos a los especialistas para categorizar bien la expresión metafórica (sobre todo cuando se trata de metáforas nuevas creadas por la crisis). De este modo, dividimos cada uno de los tres corpus en dos partes, una que contiene solamente las metáforas genéricas y la otra que recoge las metáforas restantes.

A diferencia de las metáforas genéricas, no sometidas ya a otro análisis funcional (al no ser de nuestro interés terminológico), las sobrantes expresiones metafóricas merecen una atención especial, porque, según indica el propio título, el análisis funcional de la metáfora económica supone el objetivo clave de este trabajo. De ahí que la cuarta fase englobe una clasificación detallada y minuciosa de cada muestra de la metáfora económica que no sea genérica. Centramos nuestra atención en la metáfora ilustrativa (la innovativa, que suele tener finalidad únicamente decorativa), la modélica (propia de las explicaciones teóricas económicas, mayormente a base de una analogía) y, finalmente, en la metáfora terminológica, que cubre un hueco terminológico dado que no existe otro término que denomine dicha realidad.

Al tratarse, además, de un estudio contrastivo, su objetivo consiste también en la comparación de los mecanismos metafóricos en los tres grupos de corpus, así que exploramos igualmente el metaforicismo intentado, o sea, la correlación entre el significado de la oración y el significado que le otorga el hablante. Tras el análisis realizado sobre el uso y la función positiva, negativa o neutral de cada expresión metafórica estudiada, podemos evidenciar la intención del autor y observar cómo influye en el texto y qué efecto crea en el receptor.

Dados los objetivos de nuestro estudio, el análisis del corpus fue realizado en líneas de la búsqueda manual, ya que, según coinciden también otros autores (Deignan, 2005; Herrera Soler y White, 2007), se trata de establecer dónde se encuentra el significado figurado dentro del contexto concreto, con el énfasis en la ocurrencia natural del uso del lenguaje, algo que no sería fácil de hacer si preestableciéramos las palabras clave preseleccionadas y las aplicaríamos en la búsqueda automática sin considerar el contexto en el que se encuentra la metáfora. Además, de esta forma automatizada, solo difícilmente podríamos diferenciar las metáforas convencionales y las conceptuales y llevar a cabo nuestro análisis funcional.

Análisis comparativo de la función semántica, cognitiva y pragmática de las metáforas

Para adentrarnos en la búsqueda de una estructura metafórica de los textos estudiados, debemos remontarnos al concepto funcional que cuenta con los tres papeles básicos desempeñados por la metáfora (Charteris-Black, 2004), es decir, 1) la función semántica (la creación de nuevos significados), 2) la cognitiva (que desarrolla nueva percepción a base de una analogía), y 3) la pragmática (que sirve para ofrecer evaluaciones tanto explícitas como las implícitas). Para empezar, conviene resumir los resultados numéricos en la siguiente tabla.

Tabla 1 Los tipos de metáforas en los tres subcorpus

METÁFORAS	m. en total	m. genéricas	m. económicas
Textos especializados	3 075 (6%)	1 370 (40%)	1 705 (60%)
T. semiespecializados	3 250 (6,4%)	1 563 (48%)	1 687 (52%)
T. divulgativos	3 655 (7,1%)	1 930 (53%)	1 725 (47%)
M. ECONÓMICAS	m. modélicas	m. ilustrativas	m. términos
Textos especializados	150 (9%)	61 (3,5%)	1 494 (87,5%)
T. semiespecializados	23 (1,4%)	180 (10,6%)	1 484 (88%)
T. divulgativos	14 (0,8%)	527 (31%)	1 184 (68,2%)

Del total de las 52 000 palabras analizadas del subcorpus de los textos especializados, localizamos 3 075 metáforas lingüísticas, lo que supone el 6% de este subcorpus. De las 3 075 metáforas, un 60% lo forman las metáforas económicas terminológicas (incluyendo las ilustrativas), ascendiendo su número exacto a 1705 representaciones. Las metáforas económicas se subdividen en las terminológicas (cuyo papel es cubrir el hueco terminológico), que forman el 87,5% del corpus, en las modélicas (del 9%) y en las ilustrativas, que suponen el 3,5 %. De los siguientes datos se desprende que la mayoría de las metáforas económicas está compuesta por expresiones que cumplen con la función semántica cuyo objetivo es denominar una realidad económica nueva. Se trata de las metáforas que aparecen definidas en el diccionario especializado sin ser mencionada ninguna expresión sinonímica. Por otro lado, no estamos del todo convencidos de que las metáforas modélicas jueguen un papel tan significativo en el corpus de los textos especializados como se suele demostrar sobre todo en los textos económicos escritos en inglés. Actuando a base de una analogía, las metáforas modélicas se emplean para facilitar el entendimiento de los conceptos altamente específicos y teóricos del texto especializado. Al parecer, en el campo de la economía española, la analogía no es el recurso más frecuente en la comunicación del contenido especializado, y los conocimientos están presentados de manera más directa, en forma de la terminología, sea esta metafórica o no. Podemos citar por lo menos algunas muestras más significativas de las metáforas modélicas encontradas en nuestro corpus, siendo la comparación de la economía con un juego la más frecuente: *ciclo económico como un juego de casino; esto requiere encajar muchas piezas, como si de un puzzle se tratara; juego adverso de los estabilizadores automáticos.*

Por otro lado, no es de sorprender que el número de las metáforas ilustrativas – llamadas también las decorativas, cuya finalidad es “adornar” el texto, es más bien bajo, pues los textos altamente especializados deben cumplir con ciertas reglas de publicación y estilo respetadas por los círculos científicos. He aquí algunos ejemplos: *soga fiscal; pozo de la recesión; pinchazo de la burbuja; necrosis de la crisis.* Sin embargo, llama la atención el alto número de las expresiones metafóricas genéricas (el 40%) en el corpus de textos especializados, ya que éstas no son un fenómeno lingüístico ampliamente reconocido en el ámbito de la ciencia. Opinamos que se puede adscribir este número elevado primero a la temática analizada (la crisis económica), que es de interés general y que genera polémica e involucra al autor en todos los niveles de especialidad; y segundo, nos permite constatar, de acuerdo con lo expuesto por Lakoff y Johnson (1980), que nuestro lenguaje es altamente metafórico en todas sus dimensiones y forma parte inherente de los discursos. En efecto, la productividad de las metáforas económicas terminológicas deriva en la creación de las denominadas *metáforas de la crisis del 2008*, algunas de las cuales ni siquiera figuraron en el diccionario terminológico. A modo de ejemplo, citemos algunas de las metáforas del 2008 contenidas en nuestro corpus: *activos tóxicos, hipotecas subprime, los bonos basura, el lunes negro, burbuja inmobiliaria, la sequía de crédito, morosidad encubierta/oculta, y otros.*

Tras un estudio minucioso de las características de los textos semiespecializados podemos suponer que la correlación y la proporción de las metáforas serán próximas al corpus de los textos especializados, pero que igualmente se observarán tendencias propias de los textos de divulgación científica. Dichas premisas no son nada sorprendentes si se toma en cuenta que a los niveles funcional, situacional, semántico y el formal, los textos semiespecializados llevan rasgos comunes con ambos grupos (con los textos especializados igual que con los de divulgación científica), pues lo que difiere son los grados de las características propias de cada nivel. Esta observación se puede extender a los datos obtenidos de nuestro corpus de textos semiespecializados. Extraímos en total 3250 expresiones metafóricas, de las cuales 1687 son metáforas económicas y 1563 metáforas genéricas. En términos parecidos, las metáforas específicas del ámbito económico se subdividen en las menos representadas, es decir, las modélicas (tan solo 23 ejemplos), seguidas por las ilustrativas (con 180 casos) y, finalmente, las terminológicas, que cuentan con 1484 expresiones individuales. Cabe contemplar que la

proporción de las metáforas específicas económicas es más baja y se acerca al número de las genéricas. Adscribimos este fenómeno al hecho de que disminuye el grado de alta especialidad. Por otra parte, el punto que merece nuestra atención es la correspondencia de las metáforas específicas dentro del presente subcorpus, ya que a diferencia de los porcentajes adquiridos en los textos especializados, aquí las menos numerosas son las metáforas modélicas (solamente 23 casos) y, en cambio, las ilustrativas cobran mayor peso (180 ejemplos). Sin lugar a dudas, esto se debe al hecho de que los textos con finalidad didáctica, explicativa y divulgativa suelen contener más metáforas decorativas e ilustrativas en detrimento de la explicación modélica de las teorías especializadas. A pesar de estas variaciones y modificaciones, es de sumo interés observar que el número de las metáforas terminológicas dentro de las específicas económicas no es menos alto. Al contrario, llegan a formar el 88% del total de las metáforas económicas. Hemos de advertir que, a nuestro modo de ver, esta cifra muestra la base especializada de los textos seleccionados pese a su menor grado de especialidad.

En lo que refiere al subcorpus de textos divulgativos, con 3 655 expresiones metafóricas, representan el 7,1% del total de las 52 000 palabras del corpus, lo cual supone 405 metáforas más en comparación con los textos semiespecializados y 580 más en cuanto a los textos especializados. Sin embargo, en lo que se refiere a la proporción de las metáforas genéricas y las económicas, aunque era de esperar que las genéricas formarían la mayoría de todas las metáforas, la diferencia es más bien modesta, conformando las genéricas el 53% y las económicas el 47% del corpus. Y es precisamente el alto porcentaje de las metáforas económicas en los textos de divulgación económica el que corrobora su carácter especializado a pesar de tratarse de textos destinados en su mayoría a los legos. Para encontrar algunos puntos convergentes con los textos semiespecializados, podemos observar que las metáforas modélicas casi no consiguen tener una presencia relevante en los textos de divulgación científica, contando con solo 14 ejemplos en todo el subcorpus. Curiosamente, después de constatar el carácter figurativo y divulgativo más perceptible de los textos de divulgación científica, observamos, que la mayoría de las metáforas económicas las constituyen, al igual que en los textos semiespecializados y los especializados, las terminológicas (el 68,2%). Si tomamos en cuenta el hecho de que éstas forman el 32,5% de todas las metáforas del subcorpus (3 655), nos encontramos ante un factor muy significativo para nuestro análisis funcional: en aproximadamente un tercio de los casos se acudió a la metáfora para introducir un término en un texto divulgativo, para cubrir un hueco léxico, incluso en los textos con una presencia de léxico general mayoritario.

Por otro lado, la aparición más frecuente de las metáforas ilustrativas (527) no es de sorprender, dadas las características de los textos de divulgación científica. De modo similar, los resultados del estudio de las metáforas ilustrativas demuestran que la variación expresiva y conceptual de este subcorpus es sumamente alta. De los aproximadamente 30 dominios temáticos, los más recurrentes son: las catástrofes (*la economía pone al mundo al borde del abismo; los sueldos bajo tormenta*); la enfermedad o muerte (*la banca acuciada por el estrangulamiento*); las armas (*la crisis como arma de disuasión*); las artes (*el thriller financiero acabará convirtiéndose en drama*); la mecánica (*amortiguador ante la crisis*). En lo que atañe a las metáforas desarrolladas (las conceptuales), este subcorpus ofrece un sinnúmero de muestras y sobresale, a este respecto, entre los otros subcorpus, como lo ilustran los siguientes ejemplos: *Es como canción del verano...algo que se oye, pero que al final queda en nada...España cambia su melodía cuando otros países empiezan a tararearla...es pronto para cantar victoria*. Creemos que son precisamente estos recursos estilísticos (la subjetivización, la comparación metafórica, la paráfrasis metafórica y las analogías) los que atenúan el grado de especialidad de los textos especializados y al mismo tiempo delimitan el uso sistémico de la metáfora en los discursos especializados.

Queda por determinar en qué niveles de la pirámide de los niveles de especialización de los textos se puede observar la mayor presencia (y fuerza) de la retórica metafórica, o sea, qué

importancia tiene la función pragmática de las metáforas y si persigue algunos fines persuasivos e ideológicos. Antes de todo, al plantearnos la cuestión de si nuestro tema elegido, el de la crisis económica de 2008, ha sido presentado, por medio de las metáforas, de manera similar o diferente al lector especializado, semiespecializado o a un lego, hemos sometido las metáforas encontradas a otro análisis, observando si fueron utilizadas positiva, negativa o neutralmente. Nuestro afán de clasificar las metáforas según este criterio nos llevó al estudio aún más minucioso del contexto, ya que la interpretación de la metáfora utilizada depende del mensaje tanto explícito como implícito de cada uso individual. Además, cabe recalcar que una misma metáfora puede adquirir un significado positivo o negativo según el contexto dado y según se utilice en combinación con otras figuras retóricas, como la sátira o ironía, entre otras. Pese a la diversidad de los tipos de las metáforas, y a la vez considerando tanto las metáforas lingüísticas como las conceptuales, conseguimos analizarlas y clasificarlas como se ve en el siguiente recuadro.

Tabla 2 Metáforas negativas, positivas y neutras

METÁFORAS	t. especializados		t. semiespecializados		t. de divulgación c.	
m. negativas	1292	41,9%	1398	43%	2 058	56,4%
m. positivas	557	18%	502	15,5%	400	10,9%
m. neutras	1226	40,1%	1 350	41,5%	1 197	32,7%
<i>m. en total</i>	3 075		3 250		3 655	

Es interesante ver qué tendencias se pueden deducir de los datos arriba presentados. Mientras que en los textos especializados el porcentaje de las metáforas utilizadas de manera negativa y la neutra fluctúa entre el 41,9% y el 40,1%, respectivamente, y en los textos semiespecializados, entre el 43% y el 41,5%, es en los textos de divulgación científica donde se da la mayor diferencia, a saber, el 56,4% frente al 32,7%. Curiosamente, el número más bajo de las metáforas utilizadas de manera positiva se observa en todos los subcorpora (el 18%, el 15,5% y el 10,9%). Un dato aún más sorprendente es que las metáforas que prevalecen en todos los grados de especialización son las negativas. En cambio, los porcentajes que varían dentro de cada tipo de texto son solamente (aunque no significativamente) los de las metáforas positivas y las neutras. En resumen, podemos decir que son pocas las metáforas que presenten los hechos de forma positiva, y da igual si el público al que se dirigen es especializado, semiespecializado o no especializado. Así pues, la conceptualización metafórica negativa de la crisis de 2008 no se ve atenuada ni en los niveles más abstractos y formales. Evidentemente, las metáforas neutras, que no desempeñan ningún papel en la persuasión, pueden actuar como un suavizante del alto número de las metáforas negativas, sobre todo en los textos especializados, pues si se suman las neutras y las positivas, sobrepasan el número de las metáforas negativas. No obstante, opinamos que los datos más reveladores son los que muestran una ideología que se esconde detrás de las metáforas, sea esta positiva o negativa. En todo caso, por lo que se refiere a los grados establecidos de los textos de especialidad, la tendencia de presentar los hechos de forma negativa o positiva se hace aún más patente al bajar el nivel de especialización, hasta llegar el uso negativo al 56,3% en los textos de divulgación científica, de lo cual podemos deducir que la intención persuasiva aumenta en relación con el tipo del lector y el número de los interlocutores, y es obvio que las dos funciones, la persuasiva y la expresiva, propia de los textos de divulgación, se complementan mutuamente de manera regular. Asimismo, se observa una tendencia ascendente en el empleo de la persuasión en función del grado de especialización, con los textos semiespecializados hallándose entre los especializados y los divulgativos como un paso intermedio lógico y bien equilibrado, ya que a nuestro modo de ver, es importante comprender las metáforas como una parte de la estructura enrevesada de cierto modelo mental e

igualmente tener presente que el mensaje persuasivo de un texto es también un factor importante en la selección de la metáfora.

Veamos, pues, a modo de ejemplo, las siguientes muestras de las metáforas lingüísticas elegidas de los tres subcorpus para demostrar el efecto negativo, positivo y neutro que consiguen crear en el lector.

Tabla 3 Ejemplos del uso positivo, negativo y neutro de las metáforas del corpus

M.	negativas	positivas	neutras
TE	<i>economía de burbuja, enfriamiento del crédito, erosión del valor de la moneda, infección de los derivados</i>	<i>aliviar su déficit, pilares estables de la economía nacional</i>	<i>arquitectura de la gobernanza, construcción monetaria,</i>
TS	<i>adelgazamiento de los activos, esterilizada política monetaria, marea embravecida de fluctuaciones de valores, mercados y bolsas</i>	<i>buena salud de las entidades, congelar las deudas, inyectar capital</i>	<i>comportamiento del consumo, movilidad de los recursos, el perímetro de la sociedad (activos)</i>
TDC	<i>activos tóxicos, cóctel peligroso de medidas, calibrar las consecuencias del coletazo más duro de la crisis, contracción brusca del consumo, ahorros evaporan en medio del caos</i>	<i>acortar la crisis, el paquete de ayudas echa a andar, el consumo frena su caída</i>	<i>costuras del acuerdo, despliegue de actuaciones preventivas</i>

Conclusiones

La conclusión más importante que puede ser extraída de lo dicho en los párrafos anteriores es que tanto los números como el análisis de las funciones de las metáforas analizadas en los tres subcorpus confirman la premisa de que las funciones semántica, cognitiva y pragmática difieren de acuerdo con los distintos grados de especialidad de los textos estudiados. En primer lugar, opinamos que estos datos desmontan la teoría de que el texto de especialidad, por su carácter objetivo y preciso, carece del lenguaje figurado; al contrario, creemos haber demostrado que la metáfora no solo que contribuye a la organización interna del texto, sino que también ayuda a alcanzar una mayor concisión porque se trata de una figura retórica que establece, en la mayoría de los casos, una correspondencia clara entre una imagen y un concepto.

En segundo lugar, queda patente que la metáfora funciona asimismo como un instrumento de diferenciación de los tipos de textos económicos desde el punto de vista estilístico. Lo que es más, esta función puede acentuar el desarrollo de la relación paralela entre el *continuum* de los textos generales y los especializados y los grados de la densidad metafórica en los textos especializados, semiespecializados y los de divulgación científica. Por otro lado, el criterio distintivo – y ampliamente citado – de la economía léxica como uno de los aspectos propios de los textos altamente especializados no se ha confirmado en relación a las metáforas, ya que el número absoluto de ellas difiere en tan solo 175 ejemplos en comparación con los textos semiespecializados y en 580 casos con respecto a los textos de divulgación científica. Al contrario, se han observado numerosos casos de metáforas que contribuyen a la economía semántica precisamente por establecer una analogía o similitud muy explícita (*apalancamiento financiero, los derivados contaminados, descuelgue salarial, desplome bursátil, paraíso fiscal, ralentización económica, recuperación económica, cuentas saneadas*).

Al mismo tiempo hemos comprobado que el análisis de los efectos del uso de las metáforas empleadas supone una valiosa aportación al estudio de la función persuasiva de las

metáforas en un contexto concreto. Obviamente, esto es solo uno de los aspectos persuasivos que pueda conllevar un texto. Para completar el panorama, consideramos importante e interesante estudiar también otros recursos del lenguaje figurado que apoyan la potencial implicación metafórica y manipulativa en el corpus textos, sobre todo la personificación, la hipérbole, la ironía, el sarcasmo y el eufemismo.

Lista de bibliografía citada

CABRÉ M. T. 2002. Textos especializados y unidades de conocimiento: metodología y tipologización. In: *GARCÍA PALACIOS, J., FUENTES, M. T. (eds). Texto, terminología y traducción*. Salamanca: Ediciones Almar, pp.15 – 36.

HENDERSON, W. 1986. Metaphor in economics. In: *COULTHARD, M. (eds.) Talking about text*. Birmingham, UK: University of Birmingham, pp. 109 – 127.

Lista de bibliografía utilizada

ANDERSEN, A. 1999. *Diccionario de economía y negocios*. Madrid: Espasa Calpe.

BALBONI, P. 1986. LGP versus LSP: Which Way to The Razor's Edge? In: *Unesco Alsed-LSP Newsletter, Vol. 9, No 1 (22)*.

CABRÉ, M. T. 1999. *La terminología: representación y comunicación. Elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, Institut Universitari de Lingüística Aplicada.

CIAPUSCIO, G. E., KUGUEL, I. 2002. Hacia una tipología del discurso especializado: aspectos teóricos y aplicados. In: *GARCÍA PALACIOS, J., FUENTES, M. T. (eds.) Entre la terminología, el texto y la traducción*. Salamanca: Almar, p. 38.

DEIGNAN, A. 2005. *Metaphor and Corpus Linguistics*. Leeds: John Benjamins Publishing Company.

GOATLY, A. 1997. *The Language of Metaphors*. London: Routledge, p. 86.

GUTIERREZ RODILLA, B. 2005. Cómo definir y caracterizar el lenguaje científico. In: *El lenguaje de las ciencias*. Madrid: Gredos, 2005, pp. 19 – 41.

HERRERA, H., WHITE, M. 2000. Cognitive linguistics and the language learning process: a case from economics. In: *Estudios Ingleses de la Universidad Complutense 8*, pp. 55 – 78.

HERRERA SOLER, H., WHITE, M. 2007. A contrastive view of British and Spanish business press headlines. In: *Rassegna Italiana di Linguistica Applicata 1 – 2, 2007*.

CHARTERIS-BLACK, J. 2004. *Corpus approaches to critical metaphor analysis*. Houndmills, UK: Palgrave Macmillan.

KLAMER, A., LEONARD T. C. 1994. So what's an economic metaphor? In: *MIROWSKI, P. (eds.) Natural Images in Economic Thought*. New York: Cambridge University Press.

LAKOFF, G., JOHNSON, M. 1980. *Metaphors We Live By*. Chicago and London University of Chicago Press.

McCLOSKEY, D. N. 1986. *The rhetoric of economics*. Brighton, UK: Heatsheaf Books and Harvester Press.

RODRÍGUEZ TAPIA, S. 2016. Los textos especializados, semiespecializados y divulgativos: una propuesta de análisis cualitativo y de clasificación cuantitativa. In: *UNED Revista Signa 25*. Universidad de Córdoba, pp. 987 – 1006.

ROMÁN, A., GIMENEZ, E. 2000. Las revistas españolas de economía: una propuesta de evaluación científica. In: *Información Comercial Española, enero y febrero 2000, n° 783, pp. 133 – 159.*

SVOJTKA, V. (eds.) 2000. *Ekonomický slovník v 11 jazycích.* Praha: Svojtka &Co.

Kontakt

Mgr. Veronika De Azevedo Camacho
Masaryk university in Brno
Faculty of Economics and Administration
Language Center
Lipová 41a, 602 00 Brno
Czech Republic
Email: camacho@econ.muni.cz