

Metáfora audiovisual, discurso y poder: ópticas cognitivas II

Aguilar Leyva, Oquitzin

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Aguilar Leyva, O. (2012). Metáfora audiovisual, discurso y poder: ópticas cognitivas II. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 57(215), 9-34. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2012.215.34627>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Metáfora audiovisual, discurso y poder: ópticas cognitivas II

OQUITZIN AGUILAR LEYVA*

Recibido el 26 de marzo de 2012

Aceptado el 20 de abril de 2012



Resumen

En este artículo, el autor examina las estrategias persuasivas empleadas por los *spots* políticos audiovisuales a la luz de los principios semántico-cognitivos que describen las interacciones entre el lenguaje y el pensamiento. Para el caso, se aborda la estrategia de la metáfora audiovisual cuya recurrencia en la comunicación política contemporánea la constituyen un claro ejemplo de la influencia que el discurso ejerce sobre las representaciones del elector, es decir, en los *sentidos* que éste construye y, por ende, sobre lo que se ha convenido llamar “opinión pública”.

Palabras clave: metáfora, audiovisual, cognición, poder, imagen política, persuasión, *spots*, espacios mentales, semántica cognitiva.

Abstract

In his article, the author examines the diverse persuasive strategies implemented by audiovisual political ads, accessed from the viewpoint of the cognitive-semantic principles that describe language thought interactions. In order to do this, the author aims the audiovisual metaphor strategy, since its recurrency on today's political communication makes of this strategy a clear example on how discourse influences the elector's representations, the meanings he builds and hence the so-called “public opinion”.

Keywords: metaphor, audiovisual, cognition, power, politic image, persuasion, ads, mental spaces, cognitive semantics.

* Universidad de Guadalajara (U de G), Av. Juárez, núm. 976, Col. Centro Guadalajara, Jalisco, 44100.

Doctor en Ciencias del Lenguaje por la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París (EHESS), Francia, con especialidad en análisis semántico-cognitivo de textos audiovisuales. Es actualmente profesor e investigador de la U de G, miembro del Sistema Nacional de Investigadores de CONACYT y perfil PROMEP-SEP. Sus principales líneas de investigación son: semántica cognitiva aplicada al discurso audiovisual, análisis del discurso, semiótica visual y discurso y propaganda política. **E-mail: Oquitzin@gmail.com**

Introducción

Los postulados recientes de la semántica cognitiva contemporánea, han transformado las maneras clásicas de entender a la **metáfora** no focalizándola ya como una mera similitud y desplazamiento entre palabras, mero *uso-desviado-del-lenguaje*, sino como una *operación fundamental del pensamiento humano* que consiste en la proyección de esquemas o estructuras semánticas entre entidades mentales interconectadas (dominios, espacios, etcétera).

Al interior de este paradigma, las *metáforas* han sido motivo de, al menos, dos tipos de *acercamiento*. Inaugurado por Lakoff y Johnson¹ y prolongado por otros varios especialistas, el primero constituye un intento por describir la **estructura** de la cognición. Se trata aquí de explicar la *generación del sentido* a partir de la proyección de esquemas cognitivos que, *hipotéticamente encarnados*, dimanen de la experiencia

corporal en el mundo. En estos términos, la **metáforas cognitivas** son esquemas mentales interiorizados que se proyectan para la comprensión del sentido de una o varias **expresiones metafóricas** afines.

No totalmente desligado de lo anterior y encauzado por Fauconier, Turner² y otros investigadores, el segundo *approche* aborda el asunto desde la cuestión **referencial** del lenguaje, describiendo a la metáfora como un *fenómeno de sentido*, producto de la **integración** de entidades cognitivas cuya fusión es secuencial y parcialmente orientada por los índices gramaticales del **discurso**.

En el correspondiente desarrollo de estas dos miradas, y su cruce, se propone en este artículo una reflexión sobre la metáfora audiovisual, sobre su relación con el poder y empleo en campañas de comunicación política; es decir, sobre su dimensión persuasiva.

El pensamiento es metáfora: la estructura

Conocida como “experencialismo” o “realismo experencial”, la apuesta de Lakoff y Johnson defiende que, lejos de ser directo u *objetivo*, el **acceso** a la realidad y a las **representaciones** que de ella se hacen se encuentran filtradas por la naturaleza corpórea humana: la cognición depende del cuerpo, está *incorporada (embodiment) encarnada* en él.³

Ello es así porque, a lo largo de la experiencia corporal y percepción *motosensorial* de lo físico y lo social,⁴ la cognición va abstrayendo patrones o esquemas mentales (*gestalts*) que llegan paulatinamente a estructurarla y cuya proyección hacia niveles cognitivos más complejos origina la elaboración de conceptos.

¹ Vid. George Lakoff y Mark Johnson, *Les métaphores dans la vie quotidienne*, París, Minuit, 1986. Versión en castellano, *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid, Cátedra, 2004, 288 pp.

² Vid. Gilles Fauconier y Mark Turner, *The Way we Think. Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexity*, Nueva York, Basic Books, 2003.

³ M. Johnson, *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason*, Chicago, Chicago University Press, 1987.

⁴ La experiencia a la que aluden estos expertos es eminentemente básica, interindividual y universal, pues se funda en las características *generales* del cuerpo humano, sus capacidades genéticas heredadas y nuestro funcionamiento físico dentro del medio: “Experiential basicness is a relative matter. Yet, because our bodies are very much alike with respect to their physiological make up, we would expect to find commonly shared (if not universal) gestalt structures for many of our physical interactions with our environment” (*ibid.*, p. 62). Ahora bien, puesto que la forma de nuestra experiencia en tanto seres humanos es universal, los esquemas que de ella extraemos no son privativos de una persona y, en no pocas ocasiones, una comunidad dada termina por interpretarlos y codificarlos. Se convierten así en *modelos culturales compartidos* que nos ayudan a entender el mundo: son *esquemas* que le proyectamos a éste para interpretarlo y significarlo. Por lo anterior, la universalidad a la que apuesta esta óptica no reside en el hecho de que la Razón sea trascendente, es decir, parte de la estructura del universo, sino en que disponemos cuerpos que se sitúan, perciben, se mueven y tratan de forma parecida al medio que habitan y, en consecuencia, desarrollamos nuestras mentes encarnadas usando recursos comunes. Entre las habilidades comunes que disponemos, Muñoz Gutiérrez ofrece un listado no exhaustivo pero interesante: 1) podemos experimentar un cierto rango de colores, tonos, gustos, olores y sensaciones táctiles. 2) Tenemos noción de la extensión espacial en las que se manifiestan las configuraciones espaciales. 3) Sentimos el paso del tiempo. 4) Experimentamos

De orden *metafórico*, dicha dinámica *proyectiva* es medular pues otorga estructura a la cognición y hace posible la capacidad *inferencial* de los seres humanos:⁵ se trata, a decir de estos teóricos, de nuestro recurso cognitivo más importante.⁶ ¿Cómo funciona?

Los esquemas que se abstraen de la interacción con el mundo son de dos tipos, las *categorías de nivel básico* y los *esquemas de imagen*. Las primeras configuran aquel conjunto de categorías que se ajustan óptimamente a las experiencias corporales que se tienen de las cosas (*cf.* percepción gestáltica) y a ciertas diferencias extremadamente importantes en

el entorno natural.⁷ Constituye el nivel de categorías más básico y prioritario en el humano; los niños lo nombran y entienden antes que otros niveles y es el primero en introducirse en su lenguaje.

Los *esquemas de imagen* son, por su parte, *patrones* generados de las interacciones cotidianas del cuerpo con su entorno. Se trata de estructuras dinámicas recurrentes que se originan de las sensaciones corporales, de los movimientos que se realizan en el espacio o de las manipulaciones que se hacen de los objetos.⁸ Dichas *gestalts* abstractas se vuelven cognitivamente *prototípicas* pudiendo enseguida

un conjunto de emociones. 5) Tenemos habilidades cognitivas aplicables a cualquier dominio de experiencia y que son esenciales para la emergencia de conceptos específicos en sucesivos niveles de complejidad organizativa : a) podemos comparar dos experiencias y registrar su similitud o diferencia entre ellas; b) podemos usar una estructura como base para categorizar otra; c) tenemos la capacidad de abstracción (esquemización) y con ella concebir situaciones que varían en grado de especificidad o detalle; d) somos capaces de dirigir y enfocar nuestra atención y estructuras a escenas en términos de una organización de figura/fondo (que puede ser reversible); e) tenemos la habilidad de establecer relaciones: concebir entidades en relación con otras; f) somos capaces de agrupar un conjunto de entidades en función de su similitud, proximidad o alguna otra relación y manipular ese grupo como una entidad unitaria para propósitos de orden superior. Este proceso dual de agrupamiento y manipulación produce una reificación conceptual, que puebla nuestro mundo mental con "cosas abstractas" expresadas mediante nombres; g) tenemos la capacidad de rastrear caminos mentales a través de estructuras complejas; h) podemos analizar secuencialmente una estructura estática o podemos ver situaciones cambiantes de forma holística e i) proyectamos semejanzas y experiencias en procesos metafóricos y metonímicos. *Vid.* Carlos Muñoz Gutiérrez, "Semántica cognitiva: modelos cognitivos y espacios mentales", en *A Parte Rei, Revista de Filosofía*, núm. 43, enero de 2006, pp.15-16, en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/carlos43.pdf>.

⁵ Francisco José Ruiz de Mendoza Ibáñez, "Lingüística cognitiva: semántica, pragmática y construcciones", en *Círculo de Lingüística aplicada a la comunidad, Clac*, núm. 8, noviembre de 2001, en <http://www.ucm.es/info/circulo/no8/ruiz.htm>

⁶ *Metáfora* es el nombre que, en esta teoría, se asigna a la *proyección de estructuras* abstraídas mediante los mecanismos motores y perceptivos, como base para la construcción de inferencias abstractas; la *metáfora* es aquella herramienta de *proyección* cognitiva esencial para la percepción, la comprensión y la *significación* de nuestra realidad. La experiencia corporal del mundo genera esquemas que, en virtud de la capacidad humana de proyección metafórica, son abstraídos para formar conceptos. Dichos esquemas generados permanecen en nuestra cognición y, en su momento, son utilizados como filtros que, a su vez, influyen en nuestra experiencia corporal del mundo y, por tanto, su conceptualización y significación. *Vid.* Jaime Nubiola, "El valor cognitivo de las metáforas", en Paloma Pérez-Ilzarbe y Raquel Lázaro (eds.), *Verdad, bien y belleza. Cuando los filósofos hablan de los valores*, Pamplona, Universidad de Navarra-Pamplona, 2000, en <http://www.unav.es/users/ValorCognitivoMetforas.html>

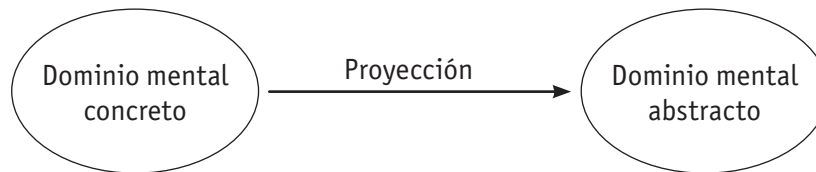
⁷ Podemos citar algunas de sus características: 1) es el nivel más alto en el que se puede representar toda la categoría mediante una sola imagen mental. Por ejemplo, se puede reconocer a un coche por su forma y clasificarlo como tal, pero no a un vehículo. 2) Es el nivel más alto en el que los miembros de la categoría tienen formas generales que se perciben de la misma manera. Por ejemplo, se puede reconocer a un coche por su forma y clasificarlo como tal, pero no a un vehículo. 3) Es el nivel en el que se organiza la mayoría de nuestro conocimiento. En general, a no ser que seamos expertos, sabemos mucho más por ejemplo de coches que de vehículos en general. 4) Es el nivel que parece correlacionarse más directamente con acciones no lingüísticas en el desarrollo de la persona. *Vid.* Lino Iglesias Martínez, *La ciencia cognitiva, introducción y claves para su debate filosófico*, Pamplona, Universidad de Navarra, 2006, en <http://www.scribd.com/doc/19250346/La-Ciencia-Cognitiva-Introduccion-y-claves-para-su-debate-filosofico-Lino-Iglesias-Martinez>

⁸ Un ejemplo sería el esquema de FUERZA COACTIVA. Ésta se originaría en la medida en que, a lo largo de la experiencia de vida, nuestro cuerpo se ve cotidianamente sometido a todo tipo de fuerzas externas (la gravedad, el viento, la luz) e internas o incluso experimentar la sensación de ejercer una fuerza cuando desplaza objetos. Tanto si nosotros ejercemos una fuerza o bien si en nosotros actúa una fuerza, se genera paulatinamente un *esquema* repetitivo de dicha experiencia física. Otro ejemplo de esquema podría ser el de RECIPIENTE O CONTENEDOR. Su origen reside en el hecho de que, a lo largo de nuestra experiencia de vida, nuestros cuerpos funcionan como recipientes en los que pueden entrar cosas (alimento, agua, aire) o de los que salen cosas (productos del metabolismo de alimentos y agua, aire, sangre, hijos, etcétera). Incluso nosotros mismos nos movemos dentro de espacios delimitados (habitaciones, ropa, vehículos) y sacamos o metemos objetos dentro y fuera de contenedores. En todos estos casos, existe un patrón recurrente, una *estructura relevante similar* que implica el esquema preconceptual del CONTENEDOR y una orientación DENTRO-FUERA.

corresponder a un amplio rango de diferentes experiencias físicas particulares que se manifiestan bajo la misma forma.

Ahora bien, a partir de este arsenal de categorías y esquemas básicos (*cf.* nivel preconceptual), la cog-

nición emprende la *construcción* de un nivel más complejo, el conceptual, *proyectando* esquemas o *gestalts* provenientes de un dominio mental concreto hacia otro más abstracto y así sucesivamente:



Fuente: elaboración propia.

Tal fenómeno constituye en todo individuo su primer **proceso metafórico**, denominado "**primario**", mediante el cual comienza a comprender situaciones abstractas a partir de la *proyección* de estructuras concretas, provenientes de la experiencia.

Un bebé por ejemplo, no diferencia los dos ámbitos entre los que opera una proyección cognitiva, sino que los mezcla, pues en la infancia sus experiencias emocionales y aquellas corporales ocurren a menudo de forma simultánea. Así, muchas veces su experiencia subjetiva del afecto se fusiona con la experiencia sensorial del calor al ser sostenido en brazos. Con el tiempo, el niño aprenderá a separar tales dominios pero el cruce de asociaciones entre ellos permanecerá en su mente bajo la forma del *esquema metafórico calor=afecto*, cuya *proyección* le permitirá más tarde comprender *expresiones metafóricas* como "*una sonrisa cálida*", "*una fría mirada*", "*un tibio recibimiento*",⁹ etcétera.

Parente entiende el proceso de la siguiente manera: "Comprendemos conceptos abstractos o no completamente delimitados en nuestra experiencia –tales como emociones, las ideas y el tiempo– por medio de otros conceptos que entendemos con más claridad: orientaciones espaciales, objetos, etcé-

tera. Ciertos tipos de experiencia cultural (el amor, el tiempo, las ideas, la felicidad, la salud, la moralidad) son captados sobre la base de conceptos no abstractos."¹⁰

La extensión de la *dinámica proyectiva* a niveles cada vez más abstractos produce, según Lakoff, un segundo tipo de metáfora denominada "**compleja**", construida a partir de **metáforas primarias** y formas de **conocimiento común**, tales como los conocimientos, saberes y creencias ampliamente compartidos en una cultura.¹¹ Bajo esta perspectiva, los conceptos del pensamiento se construyen creando metáforas complejas a partir de metáforas primarias.

En términos sucintos, se puede abreviar: el encuadramiento postula tanto la existencia de una mente *estructurada* a través de un complejo enramado de **dominios mentales**, como la de un pensamiento que funciona gracias a la *proyección metafórica* de esquemas o *gestalts* entre tales entidades. Al operar en niveles ya *primarios*, ya *complejos*, la *dinámica de proyección metafórica* constituye para la cognición un **mecanismo general y fundamental**, pues es gracias a ella que *los procesos figurativos e imaginativos del humano* resultan posibles.

⁹ Directamente ligadas a la experiencia, *las metáforas primarias o atómicas* emergen de manera automática e inconsciente durante el desarrollo del infante en contacto con su mundo. En términos neuronales se trataría de la asociación de una experiencia, principalmente sensoriomotora –el calor del abrazo en el caso del ejemplo referido– con una experiencia subjetiva –el cariño–; a través de la interconexión de áreas del cerebro dedicadas cada cual a uno u otro de estos tipos de experiencia.

¹⁰ Diego Parente, "Literalidad, metáfora y cognición, observaciones críticas sobre la perspectiva experiencialista de G. Lakoff y M. Johnson", en *A Parte Rei, Revista de Filosofía*, núm. 11, 2000, p. 3, en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/dimeta2.pdf>

¹¹ G. Lakoff, "The Contemporary Theory of Metaphor", en Andrew Ortony (ed.), *Metaphor and Thought*, Cambridge, Cambridge University Press, 1993, pp. 220-251.

El habla metafórica: reflejos

La demostración de Lakoff sobre el *funcionamiento metafórico* de la cognición,¹² se basa fundamentalmente en el **examen de expresiones del habla**, consideradas *un reflejo en superficie de los procesos que acontecen en la profundidad del pensamiento*.

Su metodología presupone distinguir las *expresiones metafóricas* de las *metáforas cognitivas*. Ubicadas en el **nivel de superficie**, las primeras son justamente aquellas frases que se escuchan y/o se leen en lo que popularmente se conoce como "*habla figurada*",¹³ es decir, en casi *todo tipo de discurso* en el sentido más amplio del término.

Por su parte, y en el **nivel de trasfondo**, las *metáforas cognitivas* son *esquemas proposicionales interiorizados y generativos* enraizados en los *modelos cognitivos idealizados* (ámbito conceptual); éstos, a su vez, en los *esquemas de imagen* y las *categorías de nivel básico* (ámbito preconceptual). La cognición proyectará para la articulación del sentido de varias *expresiones metafóricas afines*.

Al haber distinguido unas de otras, la demostración de este encuadramiento propone identificar y sistematizar aquellas *metáforas cognitivas* que sub-

yacen a varios conjuntos de *expresiones metafóricas*, rescatadas del habla cotidiana, y explicar además su funcionamiento en virtud de *estructuras* pre y conceptuales *hipotéticamente* encarnadas.¹⁴ Sirva el siguiente ejemplo como ilustración:

Sean las *expresiones metafóricas verbales*:

1. El gerente *atacó* mis ideas para el mejoramiento de la empresa.
2. El candidato *defendió* sus teorías sobre la crisis económica del país.
3. Algunos partidos pretenden *detonar* el concepto de fuero institucional.

A pesar de ser *expresiones metafóricas* diferentes, todas ellas sugieren una misma *idea metafórica*, un *esquema abstracto* donde algunos términos procedentes del **dominio mental** de la GUERRA son utilizados, es decir *proyectados*, para conceptualizar y razonar sobre el **dominio mental** de la ARGUMENTACIÓN. Esta idea, LA ARGUMENTACIÓN ES UNA GUERRA,¹⁵ es una **metáfora cognitiva** compleja¹⁶ y se ilustra de la siguiente forma:

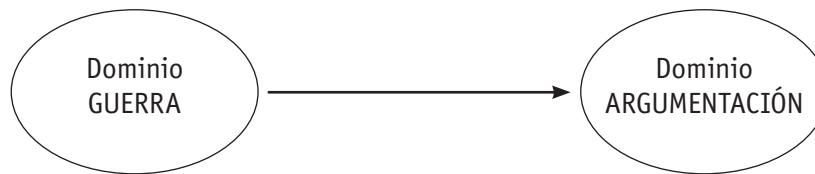
¹² G. Lakoff y M. Johnson, *Philosophy in The Flesh. The Embodied Mind and its Challenge to Western Thought*, Nueva York, Basic Books, 1999.

¹³ Son las expresiones de los poetas y las fórmulas retóricas, pero también las frases del discurso político y otras, muy presentes, en las canciones y nuestras conversaciones cotidianas. Aquí se sitúan también las *manifestaciones visuales metafóricas* (fotos, obras plásticas, películas, carteles publicitarios, etcétera) que han inspirado, como hemos visto en otros espacios, la investigación de varios autores. Un panorama sucinto de tales búsquedas, puede ser encontrado en Oquitzin Aguilar Leyva, "Enfocando a la metáfora visual, ópticas cognitivas I", en *Culturales*, diciembre de 2012 (en prensa).

¹⁴ Se trata, constata Iglesias, de brindar ejemplos de cómo la razón está corporeizada, ligada a nuestro sistema neuronal y a nuestros sistemas psicológicos básicos y cómo todo esto se refleja en el lenguaje: "[...] es una teoría que trae los conceptos a nuestras experiencias sensoriomotoras y que sitúa en éstas el fenómeno de la comprensión", (L. Iglesias Martínez, *La ciencia cognitiva, introducción y claves para su debate filosófico*, Pamplona, Universidad de Navarra, 2006, en <http://www.scribd.com/doc/19250346/La-Ciencia-Cognitiva-Introduccion-y-claves-para-su-debate-filosofico-Lino-Iglesias-Martinez>).

¹⁵ Esta forma de anotar las metáforas debe ser entendida no como una proposición o ecuación, sino como una forma abreviada de referirse a la proyección metafórica desde un dominio de origen y hacia un dominio de llegada o destino X. Así, si escribimos X=Y, quiere decir que X se entiende en términos de Y.

¹⁶ Cuenca y Hilferty aducen otro ejemplo interesante de metáfora cognitiva, donde el dominio de origen está conformado por ALIMENTOS y el de destino por las IDEAS. La proyección de estructuras de un dominio a otro hace posible la comprensión del sentido de expresiones metafóricas como: 1) ¿Y eso con que se *come*? (para referirse a una Idea). 2) No me *trago* lo que me estás diciendo. 3) Me cuesta trabajo *digerir* tanta información. 4) Algo se está *cociendo* en la Casa Blanca. Todas estas expresiones parten de una misma metáfora cognitiva: LAS IDEAS SON ALIMENTOS, mediante la cual se presentan y proyectan facetas del dominio de los ALIMENTOS hacia el dominio mental de las IDEAS. *Vid.* María Josep Cuenca y Joseph Hilferty, *Introducción a la lingüística cognitiva*, Barcelona, Ariel, 1999.



Fuente: elaboración propia.

Conviene finalmente apuntar que, para este encuadramiento, la dinámica metafórica no consiste únicamente en la proyección de un término lexical o cognitivo a otro, sino de **todo un campo mental ha-**

cia su contraparte, es decir de todos –o al menos de varios de– los **elementos y escenarios** implicados en los *dominios mentales* y sus respectivos *modelos cognitivos idealizados* (MCI).¹⁷

Metáfora y poder

Ahora bien, para los objetivos de esta investigación dichas posturas se revelan de peso, pues sus explicaciones sobre la naturaleza metafórica del pensamiento permiten distinguir, desde una posición cognitivista, los vínculos entre el uso discursivo de las *expresiones metafóricas* y el poder. Siguiendo los principios de Lakoff, Ortiz ya ha incursionado este camino, proponiendo un certero ejemplo que aclara nuestro propósito:

Si concebimos la VIDA COMO UN CAMINO (*i.e.*, metáfora conceptual) y a una determinada situación la definimos con la *expresión metafórica* “un callejón sin salida”,

posiblemente dicho entendimiento nos conduzca a “cambiar de dirección” para conseguir nuestros propósitos. Esta decisión hubiera sido no obstante diferente si desde el principio hubiésemos entendido LA VIDA COMO UN BAILE. La perspectiva que nos ofrece cada una de estas dos metáforas conceptuales es sin duda diferente, y las acciones que emprenderemos al respecto lo serán en consecuencia [...] como son inconscientes y automáticas, como no las percibimos, [las metáforas] tienen un gran poder sobre nosotros.¹⁸

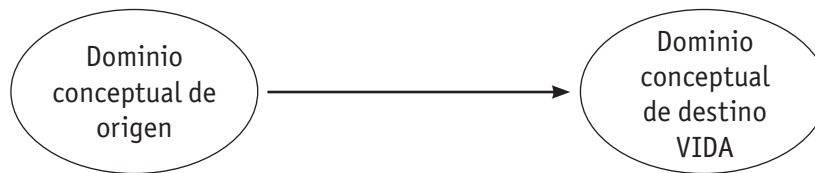
De lo anterior se puede asumir que, al asociar dos dominios cognitivos y permitir la subsecuente proyec-

¹⁷ La mayoría de las proyecciones forman sistemas de correspondencias socialmente convencionalizadas conocidos como modelos cognitivos idealizados (MCI), es decir, un “[...] *todo estructurado y complejo, una gestalt a través de la cual se organiza nuestro conocimiento*” (G. Lakoff, *Women, Fire and Dangerous Things. What Categories Reveal About Mind*, Chicago, Chicago University Press, 1987, pp. 68). Los MCI no son un modelo lingüístico, sino conceptual. Son idealizados en tanto constituyen abstracciones surgidas de la experiencia humana y dan cuenta del rendimiento general de la cognición. El proceso del conocimiento humano se valdría de ellos para entender nuevas situaciones o experiencias del mundo. Los efectos prototípicos del pensamiento surgen a partir de la congruencia de una situación dada con los MCI relevantes en cada caso. Siempre se entenderá una situación según su grado de ajuste a un MCI. Por otro lado, y en relación con este tipo de modelos, es común encontrar en la literatura especializada el término *scenario* (por ejemplo, en G. Lakoff, *ibid*, p. 78, o en Charlels J. Fillmore, “Scenes-and-frames Semantics”, en A. Zambolli (ed.), *Linguistic Structure Processing*, Amsterdam, Elsevier Science, 1977, pp. 55-82), que es un modelo cognitivo que implica secuencias estructuradas de acontecimientos o acciones, como por ejemplo, “ir a un restaurante”, “a una junta de trabajo”, “a una manifestación”, “a un partido de fútbol”, “una relación amorosa”, etcétera.

¹⁸ María de Jesús Ortiz Díaz-Guerra, *La metáfora visual incorporada: aplicación de la teoría integrada de la metáfora primaria a un corpus audiovisual*, Alicante, Universidad de Alicante, 2009, p. 50, en http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/11067/1/Tesis_ortiz.pdf No trataremos en profundidad aquí el poder que las metáforas adquieren justamente del carácter inconsciente de su funcionamiento. En algunos estudios se ha reflexionado al respecto. Uno que nos parece interesante es el de Moix Queraltó, “Las metáforas en la Psicología Cognitivo-Conductual”, (en *Papeles del Psicólogo*, vol. 27, núm. 002, mayo-agosto de 2006). Este análisis explora la utilización de metáforas para el tratamiento de enfermedades psicológicas. El autor propone que si el terapeuta sugiere al cliente cual es la forma correcta en la que debe comportarse, probablemente aparecerán algunas resistencias; sin embargo, si se le cuenta una metáfora o fábula al respecto es probable que no “se cree la resistencia”. Más allá del ámbito terapéutico, podemos postular con estos datos que, al ser inconscientes, las metáforas NO provocan resistencias y que se vuelven, por ello, más eficaces en tanto medios de influencia o persuasión.

ción de esquemas (en el ejemplo citado el esquema metafórico Vida=Camino en vez de Vida=Baile), las expresiones metafóricas *in-forman* (*dan forma*) al entendimiento que de un dominio mental se hacen en los

términos del otro, lo que impele a razonar el segundo en virtud de la estructura y las relaciones conceptuales del primero, es decir, en función de su "lógica":¹⁹



Fuente: elaboración propia.

Es en este sentido que, lejos de engañar o mentir,²⁰ las expresiones metafóricas del discurso favorecen más bien ciertos *marcos de comprensión* en detrimento de otros posibles (*framing*), legitimando *una-determinada-perspectiva, un-enfoque-específico*, sobre las situaciones de las que hace referencia.

Desde otro encuadramiento, Rivera logra vislumbrar tal singularidad:

Cada metáfora es tan potencialmente creativa como restrictiva en sí misma. Cada asociación analógica tiene sus posibilidades de expansión conceptual así como límites y zonas que le son del todo inaccesibles. Cada una impone sus visibilidades e invisibilidades respectivas. Es en este sentido que se hace más evidentemente palpable la potencia política de cada metáfora. Cada metáfora particular, en la proyección

de una perspectiva específica, condiciona lo que podemos apreciar, entender y, en última instancia, los cursos de acción posibles. Esta carga política [...] es una propiedad intrínseca de la construcción metafórica misma en virtud de su especificidad. Ello no implica, sin embargo, la pasividad política de quienes las emplean. Muy al contrario, es la conciencia misma de esta capacidad simultáneamente generadora y limitante de las metáforas (conocida y aplicada quizás nunca más minuciosamente que por la retórica) [...] lo que lleva a favorecer a unas y desfavorecer otras en su arraigo cultural [...]²¹

¿Y cuál es, en términos cognitivos, la especificidad a la que de lejos alude la cita? Pues precisamente que, más que "extraer" similitudes entre dos dominios mentales, el funcionamiento metafórico las CREA²²

¹⁹ "[La metáfora] nos permite comprender un tema o sujeto relativamente abstracto o inherentemente desestructurado, en términos de otro más concreto, o al menos más altamente estructurado" (G. Lakoff, "The Contemporary Theory...", *op. cit.*, pp. 245). Se comprende por ello que el análisis cognitivo de una proyección metafórica distinga siempre, y al menos, dos dominios mentales: uno de *origen*, de donde se tomará cierta estructura y conceptos, y otro de *destino*, hacia donde dichos elementos serán proyectados: "La metáfora se entiende, pues, como la proyección de unos conceptos desde un dominio conceptual (el dominio de origen) hacia otro dominio conceptual (el dominio de destino)" (M. Cuenca y J. Hilferty, *op. cit.*, p. 101).

²⁰ Algunos autores de la *doxai* del ciberespacio, ven a la metáfora con desconfianza pues la consideran una generadora de mentiras: "[...] la metáfora se presta fácilmente para encubrir la realidad, puede suceder que la similitud que se aplica a una situación sustituye la lógica de lo sustituido y la realidad suplantada queda oculta detrás de imágenes y mascaradas..." (Javier Otaola Bajeneta, "Metáfora y política", en *El País*, Madrid, martes 30 de agosto de 2005, en http://elpais.com/diario/2005/08/30/paisvasco/1125430802_850215.html). A diferencia de éstas y otras posturas radicales, nos abstendremos de esgrimir que las metáforas "*mientan*" (pues la nuestra no es una perspectiva *vericondicional* del lenguaje); el proceso es sin duda más complejo.

²¹ Mayra Rivera, "Matrices, mundos y metáforas. Introducción a una política de afecto", en *Teknokultura: Revista On-line*, vol. 7, 2007-2008, pp. 7-8, en <http://teknokultura.uprrp.edu/pdf/rivera.pdf>

²² Existe al respecto un amplio debate entre dos posiciones. La primera, heredera de la tradición aristotélica, postula que la metáfora en realidad rescata similitudes que "objetivamente" existen entre dos entidades. Ésta es la posición de G. Fauconier y M. Turner (*op. cit.*) por ejemplo. La segunda posición, a la cual nos alistamos junto con G. Lakoff y M. Johnson (*Les métaphores... op. cit.*), es que la metáfora precisamente **genera** dichas similitudes.

habilitando al discurso a hacer entender *sesgadamente* las situaciones del mundo.

Si se extrapola este amenazador atributo a una dimensión general, no resulta extraño que incluso Lakoff conceda a la metáfora la capacidad de determinar, discurso tras discurso, los parámetros de lo que en una sociedad dada será considerado 'verdadero': "En una cultura donde el mito del objetivismo está muy vivo y la verdad es absolutamente la verdad, la gente que logra imponer sus metáforas en una cultura logra definir lo que en ésta se considerará verdad, absoluta y objetivamente La Verdad".²³

Para el ámbito político, dicha naturaleza reviste una importancia capital pues al sesgar la "realidad" y las "verdades sociales" de los sujetos, las metáforas son capaces de orientar las elecciones y acciones que éstos emprenden,²⁴ contribuyendo así a *generar realidades sociales concretas*:

Durante la *crisis de la energía* en Estados Unidos, por ejemplo, el discurso del entonces presidente Carter enfocó tal situación hablando *metafóricamente* de GUERRA, lo cual implicó ciertas consecuencias

políticas, sociales y económicas muy diferentes a las que si, para definirla, hubiera usado otro tipo de metáfora, como aquella del CAMINO, entre otras.²⁵

Una situación comparable aconteció durante la Guerra del Golfo donde un *complejo aparato metafórico*, analizado con detalle por Lakoff, justificó discursivamente las acciones bélicas y la consecuente pérdida de cientos de vidas: "*las metáforas* –argumentaba entonces con justeza este autor– *pueden llegar a matar [...]*"²⁶

Otro ejemplo de lo anterior, y más cercano al asunto de la persuasión proselitista, es expuesto en una célebre conferencia de Lakoff.²⁷ En ella examina expresiones metafóricas acerca de la familia usuales entre los sectores conservador y liberal norteamericanos, postulando que los marcos y estructuras conceptuales –*las metáforas cognitivas*– que las subyacen y habilitan su éxito comunicativo, también influyen sobre sus decisiones políticas e intenciones de voto respectivas. Dichas estructuras cognitivas –propone además el lingüista–, pueden ser moldeadas a través del discurso político.²⁸

Seguidores, giro y apuesta

Los postulados teórico-metodológicos precedentes han conocido entre la comunidad científica un éxito considerable e inspirado cuantiosos ímpetus de investigación. Hernández, por ejemplo, examina las *metáforas cognitivas* que dominan el espectro de la prensa venezolana, concluyendo que el escenario

político y las perspectivas que los diarios ofrecen para su entendimiento (*framing*) se limitan a la interacción de muy contados *dominios cognitivos*. Ellos refieren por lo general a acciones *básicas y cotidianas* del ser humano y su devenir histórico, tales como la guerra, la cocina, el juego, la salud, etcétera.²⁹

²³ G. Lakoff y M. Johnson, *Les métaphores... op. cit.*, p. 160.

²⁴ *Vox Populi*: "¿Qué es lo primero que uno tiene que hacer para construir un barco? Convencer a sus semejantes de la necesidad de navegar el mar".

²⁵ G. Lakoff y M. Johnson, *Les métaphores... op. cit.*

²⁶ G. Lakoff, "La Metáfora en Política. Carta abierta a Internet (1991)", en *A Parte Rei, Revista de Filosofía*, núm. 4, mayo de 1999, en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/guerra.pdf>

²⁷ G. Lakoff, "Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think", conferencia dictada en la Universidad de California en San Diego, el 25 de octubre de 2005, en <http://www.youtube.com/watch?v=5f9R9MtkppM> Comentarios periodísticos interesantes respecto de esta conferencia, pueden ser encontrados en Harald Beyer, "Metáfora y categorizaciones en política", en *El Mercurio*, Santiago de Chile, domingo 5 de junio de 2005, en http://www.cepchile.cl/dms/lang_1/doc_3531.html

²⁸ No es en lo absoluto una novedad que los medios de comunicación y sus mensajes son determinantes para las decisiones políticas del electorado (partiendo desde otra perspectiva de análisis, la Escuela de Frankfurt lo había ya avanzado desde los 60 analizando las industrias culturales); pero la apertura que hoy ofrece la semántica cognitiva arroja nuevas luces al respecto ofreciendo, sobre todo, un método a nuestro parecer algo más riguroso que la mera especulación filosófica o socio-histórica de los primeros.

²⁹ María Lourdes Hernández, "La metáfora política en la prensa venezolana: un estudio lingüístico-cognitivo", en *Opción*, vol. 20, núm. 44, agosto de 2004.

Por su parte, Strmskova detecta una tendencia similar en los diarios españoles donde los comentarios políticos se basan a menudo en metáforas y dominios conceptuales recurrentes; en particular, los referidos a la guerra.³⁰

Ahora bien, a pesar de constituir ejemplos interesantes e inaugurar una vía tentadora para analizar metáforas políticas, cabe apuntar que la metodología *lakoffiana* en la que se inspiran ha sido cuestionada en varios aspectos, principalmente en cuanto a la dificultad epistemológica se refiere, dificultad, hasta ahora *irremontable*, para probar el *efectivo "encarnamiento"* de las supuestas "*metáforas conceptuales*" en la mente de todos los humanos (*universalidad*) y delimitar, con ello, su denominación.³¹

Lo anterior invita a abordar las metáforas audiovisuales desde el segundo *apropche* cognitivo anunciado en la introducción que –aunque alejado de la cuestión estructural de la cognición pero dentro del paradigma *conexionista*–, resulta metodológicamente más apto para el propósito de esta investigación:

describir cómo los índices del discurso metafórico audiovisual orientan la construcción del sentido de los sujetos.

El salto que de un encuadramiento al otro se emprenderá a continuación, no implica abandonar por completo la propuesta de Lakoff, cuyas reflexiones referentes a la naturaleza *proyectiva* de los procesos semánticos –o bien aquellas sobre la relación entre las metáforas y el poder en virtud del fenómeno de *framing*–, serán de gran valía. Como se constatará en el resto del documento, se continuará hablando de *proyecciones semánticas* entre entidades cognitivas, sólo que ya no de "dominios mentales" y "metáforas conceptuales" *supuestamente encarnadas*, sino de proyecciones de "*frames*" entre "espacios mentales": entidades procedural y momentáneamente instanciadas en el panorama cognitivo de los sujetos a partir de los índices del discurso. Con esto se dejará de entender a las metáforas desde una perspectiva estructural de la cognición, para entenderlas desde una perspectiva referencial³² del lenguaje.³³

³⁰ Monika Strmskova, "Algunas cuestiones sobre el uso de metáforas en el comentario político de la prensa española actual", en <http://www.phil.muni.cz/plonedata/wurj/erb/volumes-31-40/strmskova04.pdf> Para argumentar lo anterior, Strmskova sigue la obra de Fernández Lagunilla quien, a partir de *corpus* periodísticos, examina y enumera metáforas que provienen de ámbitos recurrentes. Algunos ejemplos serían: metáforas **bélicas** (*guerra, alto el fuego...*), metáforas **marineras** (*rumbo, empuñar bien el timón...*), metáforas **teatrales** (*escenario, escena, papel...*), metáforas **biológicas** y de la **medicina** (*vertebración territorial...*) metáforas **físicas** (*avanzar, impulso...*), metáforas de **oficios** o de **objetos domésticos** (*fontaneros, partidos, bisagra...*), metáforas **religiosas** o **morales** (*culpa, pecado*), metáforas del **juego** (*juego parlamentario...*). Parece que los asuntos de guerra son piedra clave del pensamiento imaginativo pues son –según Fernández– los más recurrentes. Por otro lado, los comentaristas que quieren añadir a sus artículos un matiz irónico eligen frecuentemente las metáforas del ámbito teatral y de espectáculos. Vid. Marina Fernández Lagunilla, *La lengua en la comunicación política II: La palabra del poder*, Madrid, Arco/Libros, 1999, p. 49.

³¹ Para una revisión crítica más detallada, remitimos al lector al capítulo "De arbitrarios e Impasses" del artículo de O. Aguilar Leyva, *op. cit.*

³² Una acotación interesante al respecto, avanzada por Muñoz Gutiérrez, es que estas teorías "[...] proporcionan la estructura referencial que en la semántica objetivista se concedía al mundo real, al modelo, al mundo posible o a la situación. Aunque son conceptuales, y por lo tanto no refieren a algo externo a la mente, pueden usarse para referirse a lo real, a lo que imaginamos, a mundos alternativos, a cursos de acción sobre mundos de diverso tipo, y muestran, a la vez, los procesos de comprensión del lenguaje" (C. Muñoz Gutiérrez, *op. cit.*).

³³ A diferencia de Lakoff y Johnson –quienes precisan de metáforas cognitivas previas, subyacentes y generativas para explicar la comprensión que los hablantes producen de expresiones metafóricas–, nosotros postulamos que las manifestaciones metafóricas visuales, verbales u otras inducen en los participantes la proyección de estructuras semánticas de un dominio a otro –independientemente de la existencia previa de una metáfora conceptual o sus combinaciones– y lo orientan con ello en la construcción del sentido de las expresiones metafóricas audiovisuales. La vía que seguimos no busca, pues, esos *constructos* teóricos definidos que son las metáforas conceptuales, sino los principios de una gramática cognitiva universal en virtud de la cual se realizan las proyecciones semánticas entre entidades cognitivas –introducidas por el discurso y, por ende, con cierto grado de referencialidad– y con ello la construcción del sentido. Requerimos, pues, de un enfoque teórico y un método que –más que explicar cómo, al proyectarse metafóricamente las estructuras conceptuales o preconceptuales incorporadas, determinan la creación y el entendimiento de las expresiones metafóricas (problema estructural de la cognición)–, siga el camino inverso y nos explique la manera en que durante una situación de comunicación dada, las expresiones metafóricas, ya verbales o audiovisuales, interactúan de manera inmediata con el aparato cognitivo y lo orientan a operar de cierta forma para la construcción de significados y comprensiones del mundo (problema referencial, relación con el exterior).

La deuda que se guarda con Lakoff se hace latente en la formulación de la tesis aquí presentada, pues a título conjetural se postula que, al orientar la construcción del sentido de los electores (situación que se ha buscado describir en este artículo), las metáforas audiovisuales influyen en las representaciones que éstos articulan acerca del mundo e impactan, por ende, sobre sus decisiones y acciones políticas.

Con esto en mira, se procederá a analizar la teoría de los *Espacios Mentales* y la de la *Integración Conceptual*, avanzadas por Fauconnier y Turner, entre otros.³⁴ La ventaja que este *approche* reviste para este ejercicio, reside justamente en su potencialidad metodológica de describir las maneras en que los índices del discurso –en principio los gramaticales pero, como se verá, también los audiovisuales–, guían las operaciones cognitivas de los sujetos. Ello permitirá acceder al funcionamiento persuasivo de las metáforas audiovisuales de corte proselitista.

Herramientas espaciales

A grandes rasgos, la propuesta de Fauconnier entiende al lenguaje en acto y al discurso y sus manifestaciones metafóricas³⁵ como una secuencialidad de instrucciones cognitivas parciales e indeterminadas cuya ejecución preside: 1) la construcción, en el panorama mental de los sujetos, de **configuraciones** geométricas compuestas de diversas entidades (los espacios mentales, sus elementos y *frames*); 2) la proyección, intercambio e integración de las estructuras semánticas que definen a tales entidades y, por ende, 3) la generación de estructuras nuevas. *La construcción del sentido.*

La unidad de base de las **configuraciones** referidas son los **espacios mentales**.³⁶ Se trata de *paquetes conceptuales* relativamente pequeños y modificables que, paulatinamente, se despliegan (*introducen*)³⁷ en el *panorama mental* de los participantes cuando

³⁴ Lakoff y Johnson describen la Teoría Integrada de la Metáfora Primaria que integra, a su vez, tanto su Teoría de la Metáfora Conceptual, como la Teoría de la Combinación de Christopher Johnson, la Teoría de las Metáforas Primarias de Grady, la Teoría Neuronal de Narayanan y la Teoría de la Integración Conceptual de Fauconnier y Turner. Estas propuestas se establecen en G. Lakoff y M. Johnson, *Philosophy in the Flesh... op. cit.*, pp. 46, 47.

³⁵ Fauconnier sostiene una concepción dinámica del sentido. Esto presupone que las expresiones y signos no tienen un significado o un sentido en sí mismos: "A language expression does not have a meaning in itself, rather, it has a potential meaning, and it is only within a complete discourse and in context that meaning will actually be produced". (G. Fauconnier, *Mappings in Thought and Language*, Cambridge, Cambridge University Press, 1997, p. 37).

³⁶ De manera simplificada, los espacios mentales son pequeñas unidades semánticas que dependen de los modelos cognitivos idealizados (MCI). Según Coulson, estas unidades mínimas de la construcción cognitiva contienen "[...] una representación parcial de elementos y de relaciones propias a un escenario preciso construido por el locutor. Los espacios están estructurados por elementos que representan a cada una de las entidades del discurso y de *frames*, bastante simples, que representan las relaciones existentes entre los elementos discursivos. Los *frames* definen parejas de valores relacionales estructurados jerárquicamente, que puede ya sea ser integrados a la información perceptiva, ya sea convocar conocimientos genéricos que conciernen a las personas o los objetos del discurso" (Seana Coulson, "What's so Funny? Conceptual Integration in Humorous Examples", en Vimala Herman (ed.), *The Poetics of Cognition: Studies of Cognitive Linguistics and the Verbal Arts*, Cambridge, Cambridge University Press, 2000, p. 1). Destaquemos que todo espacio mental depende de un dominio conceptual y constituye una construcción a corto plazo informada por estructuras del conocimiento más generales y más estables, asociadas a un dominio conceptual particular. *Vid.* Joseph Grady et al., "Blending and Metaphor", en Raimond W. Gibbs, Jr. y Gerard J. Steen (eds.), *Metaphor in Cognitive Linguistics*, Santa Cruz/Amsterdam, John Benjamins Publishing Co., 1999. Por su parte, Fauconnier y Turner defienden que los dominios conceptuales de Lakoff y Johnson (dominio de origen y destino) son efectivos en un gran número de metáforas, pero que en realidad son parte de un modelo general de proyecciones conceptuales. A este modelo lo denominan "espacios múltiples" y explica fenómenos de la imaginación humana a los que difícilmente se les puede aplicar la estructura de las metáforas conceptuales. *Vid.* G. Fauconnier y M. Turner, "Conceptual Integration Networks", en *Cognitive Science*, vol. 22, núm. 2, abril-junio de 1998.

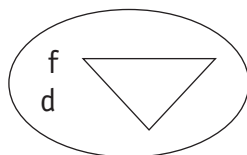
³⁷ El lector interesado en la naturaleza de los introductores espaciales de orden gramatical, podrá remitirse a G. Fauconnier, *Espaces Mentaux: Aspects de la construction du sens des langues naturelles*, París, Minuit, 1984. En esta obra se describen con ejemplos los elementos de las frases (artículos, sustantivos, modos, tiempos verbales) y las funciones cognitivas que como instrucción cada uno éstos desempeña.

éstos piensan y hablan, es decir, en la medida en que ejecutan las instrucciones cognitivas que les son proporcionadas por el discurso.³⁸

Ligados a los *dominios cognitivos* y a los *modelos cognitivos idealizados* (propuestos como se vio por Lakoff, en tanto estructuras de la cognición), los *espacios mentales* contienen **elementos**: personas, cosas, entidades, etcétera, que los ‘habitan’ y que están relacionados entre ellos mediante estructuras semánticas conocidas bajo el apelativo de *frames*³⁹ (similares a los propuestos por Fillmore).⁴⁰ En lo sucesivo se ilustrarán tales entidades con el siguiente diagrama:

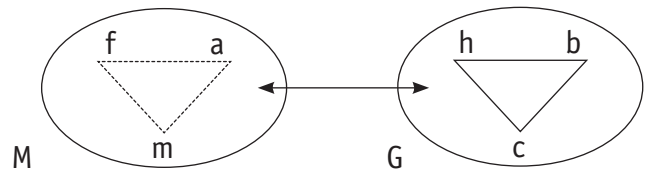
f, d, m = Elementos

—— = Estructura semántica o *Frame*



Fuente: elaboración propia.

Las instrucciones gramaticales del discurso no sólo orientan en el panorama cognitivo de los sujetos la introducción de los espacios, la de sus elementos o la de sus *frames*, sino que también *subdeterminan* la conexión de tales entidades cognitivas a otras similares introducidas previa o posteriormente por el discurso:⁴¹



↔ Conexiones de elementos y sus respectivos espacios

M : Espacio fuente o detonador

G : Espacio diana o blanco

Fuente: elaboración propia.

En efecto, lejos de permanecer aislados, los espacios mentales se van ligando unos a otros mediante **conectores** en ocasiones habilitados por índices discursivos,

³⁸ Traduzcamos a un ejemplo lo anterior. Si en un discurso escuchamos la frase e instrucción cognitiva: (a) “En la copa mundial 2010...”, será introducido en nuestro panorama mental el espacio relativo a la competencia futbolística de tal año, a los equipos, los jugadores, árbitros, asociaciones, etcétera, pero también otros *frames* semánticos relativos a las reglas del juego o la comercialización de tal deporte. En sí, la extensión de los *frames* dependerá de cada participante, de sus conocimientos, emociones y/o sensaciones que tenga respecto de tal evento. Obviamente si un participante no posee muchos conocimientos en torno al suceso, la configuración cognitiva que en su panorama mental se estará construyendo será muy raquítica y no permitirá la misma articulación del sentido que construyen participantes no advenedizos.

³⁹ Estas estructuras relacionales son esencialmente diferentes a las estructuras postuladas años antes por la perspectiva estructuralista que veía “relaciones oposicionales a nivel de los elementos textuales”. Por el contrario, los *frames* cognitivos no pertenecen a las relaciones entre los elementos de un texto, sino a las relaciones entre las entidades que los índices textuales introducen en el panorama cognitivo. Estos *frames* corresponden, por tanto, a los conocimientos de trasfondo y a los modelos cognitivos idealizados que los participantes han guardado en su mente en función de sus experiencias de vida. La diferencia entre las estructuras del estructuralismo y las estructuras cognitivas atestigua el desplazamiento de una óptica lingüístico-formal hacia una cognitiva.

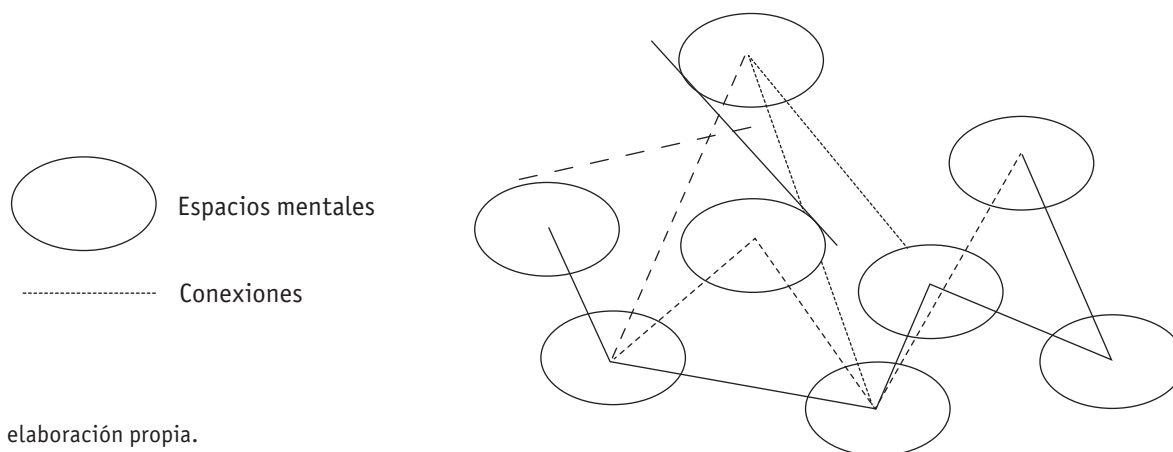
⁴⁰ Los *frames* atribuyen a los elementos relaciones jerárquicas funcionales, designan propiedades, identidades, valores y roles a cada elemento y permiten identificar su posición en una red de diferenciaciones. Los *frames* dependen de dos factores: 1) la de los dominios conceptuales y los modelos cognitivos idealizados (MCI), sobre los cuales se apoyan los espacios mentales y que más largamente designan el cúmulo de conocimientos, la enciclopedia individual o los *backgrounds* cognitivos que cada sujeto tiene acerca de un espacio dado; 2) la del contexto local relativo a la situación de enunciación. De esta forma, por ejemplo, el espacio mental “futbol” contiene los elementos jugadores, árbitro, balón, cancha, fanáticos, porras, directores técnicos, etcétera, así como también un *frame* que otorga forma a dicho espacio y que en este caso contiene los objetivos del juego, las reglas, los escenarios relativos a un partido de futbol en el estadio, la situación actual o pasada de las ligas de dicho deporte y el cúmulo de conocimientos que un sujeto dado pueda tener respecto de todo esto.

⁴¹ Para esta teoría de la construcción del sentido discursivo, el nivel lingüístico subdetermina el funcionamiento del nivel cognitivo, de ahí que uno de los objetivos principales sea identificar cómo cada uno de los índices discursivos (los elementos gramaticales de la frases) participan en la constitución las redes o configuraciones de espacios mentales. Ahora bien, el nivel cognitivo al que tanto Lakoff como Fauconier refieren, no es una forma subyacente, ni una representación del lenguaje o del significado del lenguaje, tampoco está asociado (biyectivamente) con ningún conjunto particular de expresiones del lenguaje. Sin embargo, relacionan el lenguaje con el mundo real (referencialidad) pues, aunque no son veritativos funcionales, aportan diversas inferencias del mundo real y modelos de acción en él.

o bien, a través de conectores pragmáticos inherentes a una situación de comunicación dada.⁴²

Así, en el panorama mental de los sujetos, las conexiones espaciales van dibujando un entramado configuraciones geométricas: *composiciones cognitivas*

relativamente momentáneas que, al conectarse, se pueden desarrollar de lo simple a lo complejo y cuyo funcionamiento es “modelizable” mediante diagramas como el siguiente:



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la metáfora misma, la postura de Fauconnier es que –paralelamente a la analogía, la inferencia, los hechos hipotéticos y los números complejos–, la *metáfora* es un *fenómeno semántico* cuyo funcionamiento es posible gracias a un mecanismo cognitivo conocido como INTEGRACIÓN CONCEPTUAL o *blending*⁴³ (combinar, mezclar). El funcionamiento y generación del sentido metafórico es posible gracias a éste.

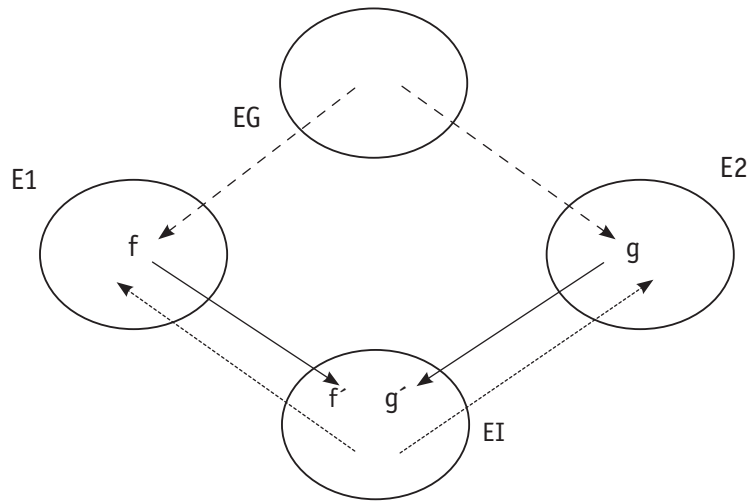
El *blending* consiste en una serie de intercambios y transformaciones de estructuras semánticas al interior de una *configuración* conformada por cuatro espacios mentales: dos *iniciales o de entrada* (E1, E2) –a menudo introducidos por los índices discursivos–, un *genérico* (EG) y un *integral o blend* (EI). Cada una de estas entidades cognitivas desempeñará una función específica en la configuración ilustrada a continuación:⁴⁴

⁴² Es común, por ejemplo, que entre los trabajadores de los restaurantes exista una conexión pragmática que vincula el plato solicitado al comensal que lo ordenó. Se trata de una conexión que opera localmente en función de la situación o contexto comunicativo.

⁴³ Concepto ampliamente desarrollado por G. Fauconnier y M. Turner, en “Blending as a Central Proces of Grammar”... *op. cit.* y “Conceptual Integration Networks”... *op. cit.*

⁴⁴ Dicha tipología asigna a los espacios una función y propiedades particulares ligadas a la estructura donde se integran. Los dos espacios de entrada o iniciales están ligados por una aplicación *mapping* o correspondencia, en virtud de la cual, ciertos elementos seleccionados del espacio inicial 1 (detonador o fuente) corresponden o se conectan a ciertos elementos del espacio inicial 2 (blanco). Estos espacios iniciales son a menudo introducidos por los índices del discurso. Por su parte, y jamás introducido por el discurso, el *Espacio Genérico* no posee ni elementos ni estructuras propias. Este espacio se articula con la estructura que es *común* a los dos espacios iniciales. De esta manera su *frame* o esquema semántico permanece así bastante esquelético, abstracto y su función es reflejar las “[...] estructuras comunes y a menudo abstractas de la organización que los iniciales comparten, definiendo por lo tanto las correspondencias que existen entre los *inputs* [...]” (G. Fauconnier, *Mappings in Thought...* *op. cit.*, p. 14). Finalmente, tenemos al *Espacio integral o blend* que se articula con la proyección irregular y selectiva de algunos elementos de las entradas iniciales E1 y E2 y de sus *frames*, a menudo subdeterminadas por los índices gramaticales. El *blend* es también el lugar de producción de elementos y de *frames* conceptuales nuevos, gracias a procesos como la complementación y la elaboración. El espacio *blend* es visto por ello como una unidad cuyo *frame* puede ser y de hecho es constantemente manipulado y que, gracias a las conexiones establecidas y al fenómeno de la retroproyección, proporciona un acceso constante a las estructuras iniciales habilitando su capacidad para transformarlas. El espacio integral puede ser introducido por las frases del discurso. En la descripción de una situación metafórica (por ejemplo los contrafactuals), el espacio introducido es de naturaleza integral. En este caso, el principio de ‘desempaquetaje’ permitirá a los participantes separar los elementos y los *frames* que ahí se encuentran integrados pero que, de hecho, provienen de dos espacios iniciales que no han sido introducidos de manera explícita. Vid. G. Fauconnier, *Mappings in Thought...* *op. cit.* y G. Fauconnier y M. Turner, “Conceptual Integration Networks”... *op. cit.*

EG= Espacio genérico
 E1= Espacio inicial 1 (detonador)
 E2= Espacio inicial 2 (blanco)
 EI= Espacio integral o *blend*
 —→ Proyección Parcial de Estructuras iniciales
 hacia el *blend*
 f, g, f', g' = Elementos
→ Retroproyección



Fuente: elaboración propia.

En términos generales, cuando una plataforma de integración conceptual ha sido discursivamente habilitada con una metáfora, el *frame* de uno de los espacios 'viaja' (se proyecta, se hereda) hacia las demás entidades, *enriqueciéndose* en su transcurso de estructuras que emergen gracias a procesos como la *composición*, la *compleción* o la *elaboración*.⁴⁵ Al filo de tales proyecciones, los *frames emergentes* en el espacio integral (EI) terminan por transformar a los espacios mentales iniciales, tanto a aquéllos que juegan como *blancos* o *dianas* (E2) como a los que desempeñan el rol de *detonadores* (E1) en virtud del fenómeno de *retroproyección*.

Cabe apuntar que la generación de estructuras semánticas nuevas no es enteramente determinada por los índices discursivos, pues en una situación de comunicación existen otros factores para la construcción del sentido, como aquellos de orden pragmático. A pesar de lo anterior, los análisis han despejado un cierto número de principios cognitivos, *que se presuponen* universales, y algunas normas operatorias que presiden el "buen funcionamiento" de las configuraciones cognitivas. Se trata, estos últimos, de *principios de optimización* cuya finalidad es garantizar la coherencia interna de las redes de integración conceptual.⁴⁶

⁴⁵ La producción de dicha estructura emergente o inédita, es posible gracias a tres operaciones principales: 1) la **composición**: es un proceso que implica la yuxtaposición de informaciones provenientes de diferentes espacios. Esta operación retoma la proyección de los inputs y desarrolla las relaciones nuevas que no existían en ellos. 2) La **completación** (o **compleción**) se produce cuando la activación de ciertos elementos de un dominio cognitivo o de un *frame* conlleva a la activación de otros elementos del mismo dominio que, sin embargo, no fueron habilitados en un principio. Ello permite la reconstitución del *frame* y de todo el modelo cognitivo apelado. Este proceso se apoya sobre los modelos cognitivos culturales y sobre los conocimientos de los participantes. Este proceso permite que la estructura proyectada desde los *inputs* hacia el integral sea considerada como una parte de una estructura mucho más larga, misma que es necesario completar. La estructura inicial será así alargada en función de los conocimientos de trasfondo cognitivo de los participantes. Esta nueva estructura es contemplada como algo natural, como una parte familiar de los *frames* culturalmente estabilizados. 3) Finalmente, encontramos la **elaboración**. Se trata de una forma de extensión de la completación proveniente de una "simulación mental" (*mental simulation*) o de diversos tipos de interacciones físicas y sociales con el mundo, así como de la integración conceptual que las construye. En esta simulación, una nueva estructura es creada en virtud del trabajo cognitivo de los participantes presidido por la 'lógica del *blend*'. Utilizando esta base, los participantes 'harán funcionar al *blend*', lo 'harán correr'.

⁴⁶ He aquí algunos de los principales: **Obligación de coherencia integrativa**: la red de integración conceptual debe constituir una escena rigurosamente integrada que pueda ser manipulada como un todo coherente. **Entrelazamientos**: Dicha coherencia debe preservar los entrelazamientos establecidos entre los espacios de entrada sin ningún esfuerzo de los participantes, y sin que ningún cálculo específico intervenga para tal fin. **Obligación de desempaquetaje**: El espacio integral debe permitir reconstituir los espacios de entrada, la aplicación

Ejercicios

En este apartado se examinan brevemente dos ‘discursos’ de propaganda audiovisual a la vez que se propone, desde las herramientas presentadas, una descripción a su funcionamiento metafórico. Se trata de postular modelizaciones cognitivas plausibles, interpretando a los índices audiovisuales de algunos *spots políticos*, como instrucciones que **subdeterminan** la realización de ciertas operaciones cognitivas. Seguimos para ello un razonamiento abductivo.

En cuanto a los discursos, el objeto de estudio se centra aquí en dos *spots* de la campaña electoral presidencial en México en el 2000 (emitidos por el partido Alianza por el Cambio que postulaba a Vicente Fox Quezada). Fueron elegidos en tanto que sus índices parecen propiciar, como se describirá, integraciones conceptuales de orden *metafórico*.

Cada uno de ellos dejó tras de sí lecciones interesantes del funcionamiento cognitivo de las *metáforas audiovisuales*. La primera de ellas es que, en este tipo de ‘discursos’, los índices gramaticales pueden asignar la *función de conexión* que guía en lo sucesivo la construcción metafórica del sentido de aquello que acontece en la imagen. En este caso, de figura; aunque ambos soportes, verbal y visual, trabajan a contrapunto para construir la metáfora, los índices gramaticales se imponen.

Spot: “Luz de cambio”

Descripción: Acompañadas por un melancólico aire de violonchelo, escenas cotidianas y narrativamente

inconexas desfilarán en la pantalla. Se trata de acciones simples y personajes anónimos alineados en una secuencia de cortes directos (separados aquí por puntos y seguido).

Video: Un hombre de edad avanzada enciende un quinqué mirando fijamente la candela. Otro hombre pedalea en la oscuridad una bicicleta. Con luz en sus cascos, un par de sujetos penetra un oscuro recinto. Sentada frente a una fogata, una pareja se abraza. Una veladora es prendida por una anciana. Una mano prende una lámpara de buró con motivos infantiles. Iluminado por la luz de una lámpara colgante, un mecánico compone un coche. Una joven, lápiz en mano, prende una lámpara. Una mano enciende una vela. El personaje de la primera escena sale de cuadro dejando a sus espaldas el quinqué iluminado.

Audio: Una voz en *off* masculina, pausada, tranquila, acompaña toda la secuencia: “Ya está encendida la luz de la esperanza por todos los rincones de nuestro país, la luz que enciende de valor a los mexicanos para dejar atrás la oscuridad de las mentiras, la impunidad y la prepotencia, la luz de la mayoría ya ilumina el corazón de México, ya está encendida **la luz del cambio, Alianza por el Cambio**, el cambio que a tí te conviene.”

Dadas las escenas que la componen, la sola y larga secuencia del *spot* introducirá varios espacios mentales relativos a las diversas situaciones visualizadas en pantalla. El *frame* geográfico y temporal de cada uno de estos espacios es sólo vagamente especificado

o función conectora que los liga, el espacio genérico y la red de conexiones que liga a los espacios. *Obligación de justificación conceptual*: si un elemento aparece en la estructura emergente del espacio integral, este deberá estar cargado de un capital conceptual que comprenda tanto a la estructuración pertinente de los lazos que lo ligan con los otros espacios, como la estructura pertinente que adquiere en el desarrollo de la estructura emergente. *Obligación de neutralización de incoherencias*: Esta obligación implica neutralizar las proyecciones y las relaciones topológicas que ponen en entredicho la coherencia del espacio integral. *Obligación de persistencia estructural*: La manipulación de la red debe mantener intactas las estructuras más importantes de los entrelazamientos. *Obligación de coherencia retroproyectiva*: cuando el espacio integral desarrolla una estructura emergente, es preferible evitar las retroproyecciones hacia los iniciales si estas perturban la coherencia de las entradas. Dichas obligaciones no son principios que el proceso de construcción de sentido no sepa derogar, al contrario, en varias situaciones estas obligaciones no son respetadas y ello puede o no afectar a la red. Cuando así sucede, decimos que el rendimiento cognitivo de la configuración es debilitado. Para información complementaria sobre estos principios, el lector podrá consultar G. Fauconnier, *Mappings in Thought and Language*, Cambridge, Cambridge University press, 1997 y G Fauconnier y M. Turner, “Conceptual Integration Networks”, en *Cognitive Science* 22, (núm. 2), 1998.

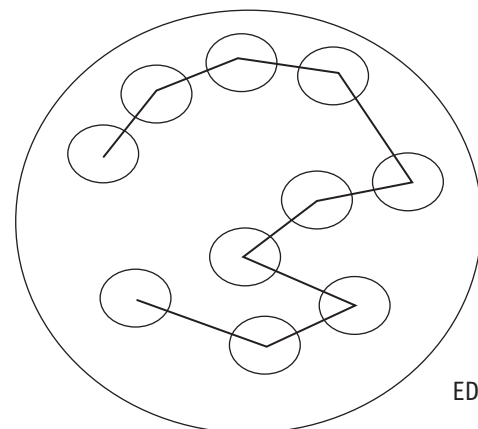
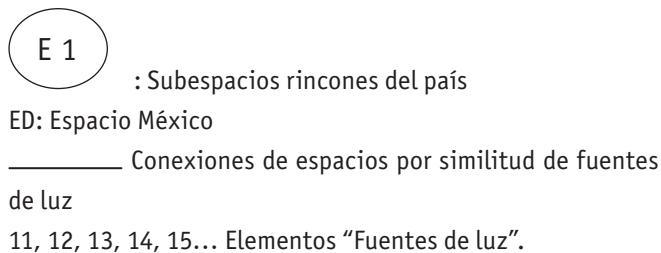
por índices gramaticales, pues desde los primeros planos la anónima en *off* enuncia: "...por todos los rincones de nuestro país [...]"

Dicho índice gramatical será aplicado a cada una de las escenas, subdeterminando la inferencia de que se trata en efecto de acciones y situaciones que ocurren en diferentes lugares de México, pero también que tanto el emisor como los receptores del mensaje comparten la característica de ser mexicanos en virtud del índice en *voz off* "nuestro". No se sabe, sin embargo, cuáles son específicamente esos lugares ni quiénes son los personajes en escena.

Dicha indeterminación discursiva sobre la identidad de los elementos en pantalla (personajes o cosas) abre la posibilidad cognitiva de procesos de

alegorización, en virtud de los cuales, los elementos pueden terminar siendo interpretados como *roles cognitivos* o *prototipos de rol*. Para decirlo en otros términos, el mensaje *invita* a una lectura no específica de los elementos, según la cual "este campesino" (Imagen A1), "esta mujer" (Imagen A10), "estos hombres" (Imagen A4), "esta anciana" (Imagen A6) en escena, serán, de manera genérica, aprehendidos como "todos los campesinos", "todos los viejos", "todas las mujeres", "todos los hombres" y "todas las ancianas" del país.

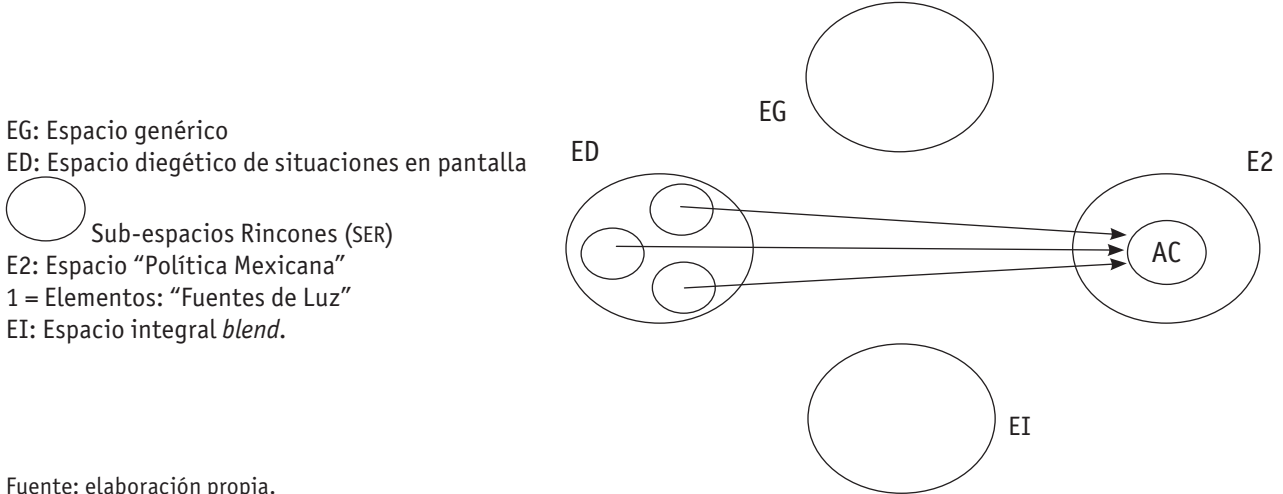
La estructura cognitiva introducida por la secuencia puede ser modelizada de la siguiente manera: Las acciones que los personajes llevan a cabo son heterogéneas y los espacios mentales que introducen no están



Fuente: elaboración propia.

correlacionados por ninguna estructura narrativa que permita asumir un encadenamiento diegético. Opera, sin embargo, una conexión a partir las fuentes de luz de las diversas escenas (focos, lámparas, quinqués, Imagen A1, 3, 11) lo cual logra, de alguna manera, conectar los diversos espacios mentales introducidos visualmente. Interesante es aquí remarcar que, en lugar de declarar de manera frontal la "unificación de la pluralidad mexicana", el *spot* conduce a los receptores a inferirla, es decir, a construir mentalmente esta "unidad" mediante una conexión fácilmente recuperable por los espectadores (todas las fuentes visualizadas emiten luz) y que termina cognitivamente *uniendo lo diverso*.

Ahora bien, la lectura metafórica de las escenas es discursivamente desatada hacia los últimos planos del *spot* cuando la voz en *off* enuncia: "Luz de Cambio, Alianza por el Cambio." Al escuchar el nombre del partido político Alianza por el Cambio, se descomprime en la cognición del espectador un espacio mental relativo a la "política mexicana", lo cual le permitirá asumir que el *spot* que está observando es en realidad de corte político, pero sobre todo, autoriza a su cognición el despliegue de una plataforma de integración conceptual como la siguiente:



Fuente: elaboración propia.

Esta plataforma se constituye del espacio mental E1, relativo a las situaciones de las escenas visualizadas, y del E2, espacio mental relativo a la política mexicana cuyo *frame* contiene a los partidos en contienda, la historia política, la coyuntura sociopolítica del país, etcétera.

El funcionamiento metafórico del mensaje reposa en la **conexión** de dos de los elementos introducidos:

la luz (de cada una de las escenas en E1), por un lado, y el partido político Alianza por el Cambio en E2, por el otro. Dicha conexión es subdeterminada en virtud de la *proximidad gramatical* de las expresiones "Luz del cambio" y "Alianza por el Cambio" que, hacia el final del mensaje, son enunciadas de forma consecutiva por la voz en *off*:

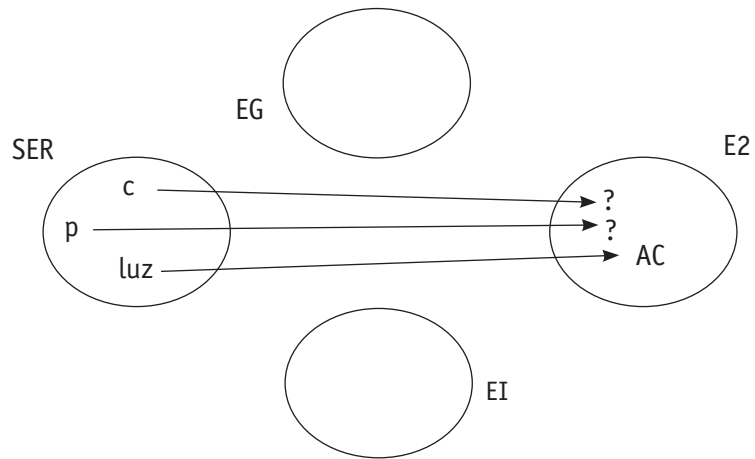


Fuente: elaboración propia.

Sin requerir mucho esfuerzo de los espectadores para su recuperación y desarrollo, tal conexión permite no únicamente emparentar las expresiones enunciadas, sino además autoriza la proyección y correspondencias entre todos los espacios mentales a los que cada una de estas entidades pertenece y, con ello, la comprensión *metafórica* de un espacio (*i.e.* el detonador E1) a partir del *frame* semántico de su contraparte (*i.e.* el blanco E2).

Es evidente que cada una de las escenas del *spot* propone una situación diferente a la del plano anterior y del que la sucede, pero todas las plataformas cognitivas metafóricas por ellas intanciadas funcionan bajo una misma lógica y una misma suerte de instrucción: a partir de la conexión Luz = AC, encontrar, en E2, el resto de las correspondencias para cada uno de los elementos detonadores de E1 e interpretar las situaciones de E1, utilizando el *frame* que define al espacio E2:

EG: Espacio genérico
 SER: Espacio rincón (cada plano)
 E2: Espacio "Política Mexicana"
 1= Elementos "Fuentes de Luz"
 EI: Espacio integral *blend*
 c= Cosas
 p= Personajes
 AC= Partido Alianza por el Cambio
 —————> Conexión (detonador-blanco)

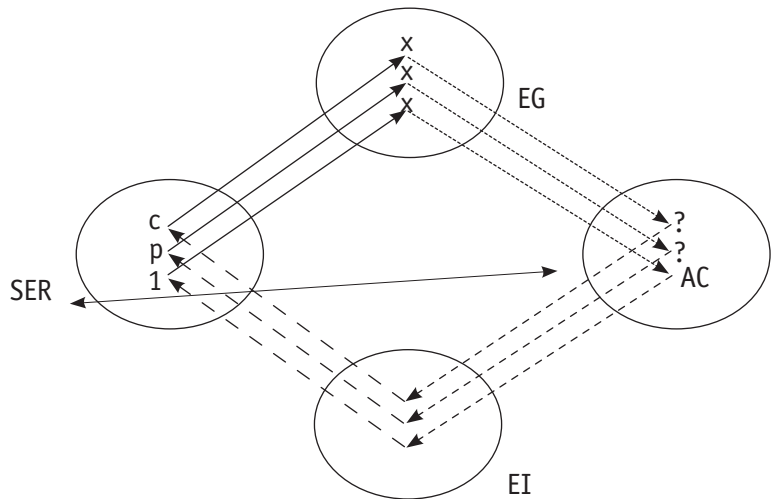


Fuente: elaboración propia.

Así, el juego metafórico de las escenas propone a los espectadores una suerte de adivinanza, sobre la cual concede al menos una pista: la conexión Luz = Alianza por el Cambio. Enseguida, la labor cognitiva de los receptores consiste en encontrar las correspondencias para el resto de los elementos en escena (los otros detonadores, *i.e.* las cosas, los personajes, las situaciones) y, con ello, interpretar las escenas conforme a una óptica diferente de la frontal, una *lógica metafórica*, que permite revestirlas de tonalidades políticas.⁴⁷

Cabe de inmediato señalar que la lectura metafórica de las escenas, sólo es posible gracias a la abstracción de *frames* en el espacio genérico pues el encuentro de correspondencias entre los elementos y las acciones de ambos espacios iniciales (E1 y E2) está condicionada a que los *frames* de E2 en el EG se vuelvan esqueléticos y puedan, en estas nuevas condiciones, ser aplicados a los elementos y *frames* del espacio E1 gracias al fenómeno de *retroproyección*:

EG: Espacio genérico
 SER: Espacio rincón (introducido por cada plano)
 E2: Espacio "Política Mexicana"
 1= Elementos "Fuentes de Luz"
 EI: Espacio integral *blend*
 c= Cosas
 p= Personajes
 AC= Partido Alianza por el Cambio
 —————> Abstracción de propiedades
> Herencia y conexión (detonador-blanco)
 - - - -> Retroproyección



Fuente: elaboración propia.

⁴⁷ Se trata, en otros términos, de una búsqueda de correspondencias detonador/blanco, cuya dinámica será reforzada en la medida en que el *spot* se despliega. Esta dinámica distribuye los puestos de desencadenador=elementos visualizado en las escenas y de blanco=elementos del espacio *política mexicana*. Dicha distribución se estabiliza en función de la dinámica de las escenas y los espacios mentales que habilitan: mientras que la entrada 1 cambia sin cesar en cada situación nueva presente en la pantalla, la entrada 2, relativa a la política mexicana, permanece estable a lo largo de los planos y se edifica en una *cible* cognitiva de las imágenes mostradas (las cuales juegan entonces el rol de desencadenadores). Trabajando sobre esta base, las operaciones de *matching* presidirán la construcción del sentido de los planos y permitirán "comprender una situación en relación a otra".

En estas coordenadas, las acciones en pantalla y sus respectivos *frames* tales como “conducir una bicicleta de noche” (Imagen A2), “componer un coche” (Imagen A9), “abrigarse de la intemperie” (Imagen A5), “penetrar un recinto oscuro” (Imagen A4), “depositar la fe al encender veladoras” (Imagen A6), sufrirán procesos de abstracción y de proyección, al filo de los cuales, emergen lecturas metafóricas relativas a “conducir el rumbo nacional”, “arreglar los desperfectos del país”, “protegerse del frío y la oscuridad que asechan al pueblo mexicano” o “encender la esperanza del país”. Todas estas acciones son posibles, y únicamente posibles, gracias a la “Luz”, es decir, al partido AC.

Detallar aquí cada una de las integraciones metafóricas subdeterminadas por el texto, rebasaría los objetivos de esta investigación; baste mencionar que éstas se extienden sobre tres *inferencias* eje:

- 1) La “luz” como posibilidad para realizar actividades. Cuya inferencia metafórica propone que el candidato de AC, una vez electo, impulsará el trabajo y el estudio. (Imagen A9, 10)
- 2) La “luz” como protección y el bienestar. Según la cual, AC protegerá a los sectores sociales más vulnerables. (Imagen A5, 6, 8)
- 3) y las acciones de diversos personajes para obtener la “luz” (prenderla, encenderla, etcétera). Se puede notar metafóricamente el preciso momento en que el electorado vota por AC. Se trata de una dinámica cognitivo-metafórica y no de una escena de orden subliminal. (Imagen A3, 8, 10, 11).

Ahora bien, aunque se trata de un mensaje que pone en escena al público elector, las plataformas metafóricas instanciadas invitan sobre todo a construir la *imagen* que el partido político pretende autorizarse

a sí mismo y que proyecta en pantalla como la fuerza *incandescente*, centrípeta y unificadora de sectores sociales decididamente heterogéneos pero, desde ahora, “iluminados”.

El cortejo de personajes alegóricos suscritos al “bienestar” de la “luz”, desencadena elaboraciones metafóricas que permiten al espectador construir cognitivamente varias inferencias, relativas, en especial, a los valores y principios que, según la discursividad del mensaje, caracterizan, ética e ideológicamente, a la entidad mental *Alianza por el Cambio*.

En otro orden de ideas, se observa que, a diferencia de otros *spots* transmitidos en campaña, éste no presenta imágenes *shock* ni escenas ‘*politizadas*’ (de manifestaciones, discursos o candidatos, por ejemplo) y, si por alguna razón, un espectador dado no escuchara la voz en *off* (como es a menudo el caso de los espectadores *no atentos*) ni viera el *pack shot* final (con el logo del partido), jamás sabría que se trata de hecho de un mensaje político. La fuerza del mensaje reside precisamente en su tratamiento metafórico pues éste le permite *comunicar política sin mostrar escenas “políticas”*.

Aunque la temática e intenciones del mensaje se vayan poco a poco evidenciando en la medida de su despliegue, ellas, no obstante, permanecerán lo suficientemente ambiguas para asegurar una cierta *tolerancia receptiva*.⁴⁸ En efecto, procediendo metafóricamente el *spot* adquiere una ‘*aceptabilidad*’ de la parte del público (cansado ya del proselitismo televisivo y de formatos tradicionales) pero, sobre todo, y dado el tipo de imágenes presentadas, habilita un cierto número de conexiones espaciales que no son habitualmente intanciadas en los discursos de corte proselitista.⁴⁹ Con esta estrategia, el mensaje ubica la reflexión de los participantes en dominios mentales diferentes a

⁴⁸ En un contexto electoral sobrecargado de bombardeos de propaganda, la asfixiante presencia mediática tiende a fatigar rápidamente a los participantes abotagándolos de mensajes *shock* con carácter político. La reacción a esta sobrecarga inhibe la aceptabilidad hacia este tipo de mensajes.

⁴⁹ Cabe al respecto recordar que las elaboraciones mentales solicitadas por los índices del *spot* no comprometen únicamente los conocimientos racionales habilitados por los escenarios. De manera más amplia, algunas dimensiones emotivas (*i.e.* amor, miedo, piedad, admiración) e incluso sensoriales (calor, confort, bienestar) serán movilizadas en virtud de estructuras semánticas *indiciales* que son fundamentales en los procesos cognitivos subdeterminados por la imagen.

los acostumbrados en mensajes políticos y que no han sido todavía explotados por los partidos oponentes.

El texto gana así terreno cognitivo inaugurando nuevas conexiones metafóricas y posibilidades de sentido originales. Como se ha constatado, la luz, y por lo tanto el partido AC, no son valorizados en función de las ideologías del partido ni de sus programas y promesas políticas, sino en función de inferencias de orden espiritual, maternal, religioso,⁵⁰ afectivo y sensitivo subdeterminadas por la introducción de espacios mentales que usualmente no son conectados al espacio mental de la política.

Estas inferencias originales, todavía frescas, detentan una parte importante de la fuerza del mensaje pues es precisamente gracias a los *frames* invocados, mayoritariamente de orden primario o secundario,⁵¹ que las metáforas audiovisuales de este *spot* adquieren eficacia y *'brillo* persuasivos.⁵²

El siguiente mensaje deja otra pista sobre el funcionamiento de la metáfora visual: si la *función de conexión* entre las entidades iniciales de las plataformas de integración conceptual propuestas puede, en efecto, prescindir de los índices gramaticales y ser, a diferencia del primer *spot*, subdeterminadas incluso solo mediante el registro visual.

Spot “¡México Ya!”

Descripción

Sin contener argumentación verbal durante el largo minuto de su duración, la única y larga secuencia del *spot* exhibe imágenes de calidad estética remarcable, ritmadas con sonoridades eólicas y músicas de flauta. Despliega una temática de “públicos”. Enmarcados en románticos paisajes bucólicos y ciudades de vehemente felicidad, personajes anónimos y heterogéneos se suman paulatinos a una eufórica celebración de banderas y confetis tricolores. Al inicio del *spot* y por algunos segundos, la instrucción gramatical “México 3 de julio del 2000” (un día después de la fecha prevista para los comicios) aparecerá en subtítulos en la parte baja del cuadro.

En vestimentas cotidianas, el desfile de electores proviene de todos lados: del campo, de las ciudades, de las costas. Las escenas –mayoritariamente montadas en corte directo y algunas disolvencias– muestran cómo los personajes avanzan, festejan, giran y saltan en lo que parece una fiesta cívica generalizada, mientras una cantaleta polifónica en *off* reza una suerte de mantra: ¡México ya!, ¡México ya!, ¡México ya... *ad infinitum*. Al centro de un *meeting* político con aires

⁵⁰ Algunas escenas subdeterminan procesos de construcción de sentido apoyados sobre una metáfora de origen religioso: *obscuridad=mal/luz=bien*, adjuntando una estructura semántica nueva: *sombra=antiguo régimen político/luz=nuevo régimen de Alianza por el Cambio*. No está por demás señalar que esta metáfora de orden político-religioso fue recurrente en otros *spots* de la campaña audiovisual analizada.

⁵¹ Dicho de otra forma, el enriquecimiento de las metáforas será autorizado en virtud de una comprensión amplificada de las situaciones, es decir, de un entendimiento que lejos de permanecer en el nivel abstracto de la lógica racional (silogismos complejos o argumentos duros) alienta procesos emocionales y corporales (más cercanos a lo indicial y lo patético) que pueden inclinar la balanza a favor de la débil argumentación. Por otro lado, habrá que señalar que los datos pertenecientes a estas dimensiones heterogéneas pueden ser comprendidas y modelizadas por esta teoría en los mismos términos que los datos de orden abstracto. Es para conceder más exactitud a estos datos sensitivos y emocionales de la imagen que hemos recurrido al modelo faneroscópico de Sanders Peirce.

Sobre este último, *vid.* Gérard Deledalle, *Théorie et pratique du signe, introduction à la sémiotique de Sanders Peirce*, París, Les éditions Payot, 1979, 2007, 215 pp. N.E.

⁵² Para la retórica aristotélica, el “brillo” (ἔνεργεια-*energeia*) es un factor capital de persuasión: el “auditorio” será “iluminado” por el ejemplo metafórico que se le muestra puesto que la metáfora es una prueba simple y, sin embargo, cercana a las emociones y sensaciones que el cuerpo y el alma experimentan en situaciones cotidianas. En otros términos, la eficacia de la metáfora reside, según Aristóteles, precisamente en su capacidad de conducir los razonamientos más abstractos (y por ello *terciarios* según la terminología faneroscópica de Peirce) hacia los terrenos de lo sensible y de la emoción (estructuras *primarias* y *secundarias*). En el análisis que sobre el Estagirita hace, Racionero concluye: “El oyente se persuade porque ve con toda nitidez (*enargeia*) lo que se le dice, es decir, por que algo que resulta de una serie de operaciones lógicas –en las que reside estrictamente el acto de persuasión, pero ante las que el interlocutor queda perdido– se le muestra con los caracteres propios de lo sensible, añadiendo al pragma de lo persuasivo, el lenguaje –el *symbolon*– adecuado en su capacidad. Esta sensibilización es persuasiva porque aparece como “verdad” y porque propone, en este nivel, una manera de enseñanza semejante a las demostraciones científicas.” (Quintín Racionero, introducción, traducción y notas a la *Retórica* de Aristóteles, Madrid, Gredos, 1990, pp. 90-91).

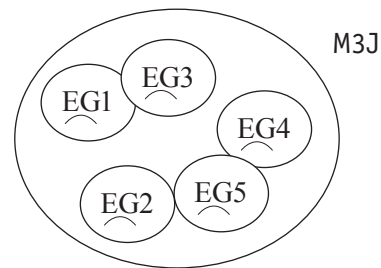
de verbena popular, en la penúltima escena aparece Vicente Fox, el entonces candidato de *Alianza por el Cambio*. Arrebatado también, el *presidenciable* celebra al tiempo que grita “Viva Méxicoooo...”

Dados los índices gramaticales en subtítulos, el texto introduce un basto espacio mental de tipo geográfico-temporal: (M3J) “México, 3 de julio”, articulado de varios subespacios geográficos (EG1, 2, 3, 4 etcétera) correspondientes a diversas regiones del país (costas, campo, ciudades. Imagen B5, 6, 14). Estos subespacios no están en principio *conectados* por una estructura narrativa, sino únicamente por el hecho de que los personajes, anónimos y heterogéneos, están todos en movimiento (*i.e* avanzan, caminan, corren) y parecen

eufóricos (*i.e* están contentos. Imágenes B8, 9, 13).

El *movimiento constante* de estos personajes y su *euforia*, constituyen justamente partes importantes del *frame* de cada uno de los subespacios (EG). De escena a escena, su *reiteración* subdetermina la conexión de los vagos espacios mentales que cada imagen introduce. Lo que se logra con tal conexión y los índices en subtítulos, es justamente hacer construir y propagar la inferencia de que **todas** las situaciones presentadas son acontecimientos que acontecen en diferentes lugares de “México” el día posterior (3 de julio del 2000) a la fecha prevista para las elecciones. Es posible considerar que los espacios EG son de tipo hipotético:

M3J: Espacio México 3 de julio
Subespacios EG1, 2, 3, 4, 5, etc. (Escenas visualizadas)



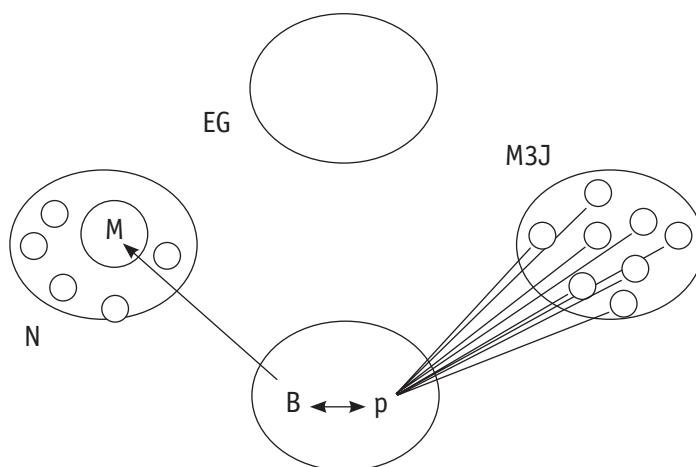
Fuente: elaboración propia.

Ahora bien, como se ha señalando, una lectura metafórica sucede cuando las escenas de un texto conducen al espectador a construir inferencias que van más allá de la referencia misma de los elementos y eventos que visualiza en pantalla, es decir, de su *lectura* frontal.

Para ser actualizada, esta mecánica cognitiva requiere la aplicación de un *principio de accesibilidad* específico (una conexión que ligará elementos y sus respectivos espacios mentales de pertenencia), así como una aprehensión detallada de los datos audiovisuales proporcionados por el mensaje. Si estas dos condiciones se cumplen, entonces la visualización de las escenas permitirá a los espectadores la comprensión de *una situación por otra* y, naturalmente, la elaboración de estructuras semántico-metafóricas emergentes.

A diferencia del *spot* anterior, en éste la función de conexión (el principio de accesibilidad detonador/blanco) es habilitada por la vía meramente visual y desde los planos iniciales del mensaje, el 4 y 5, donde, por fracciones de segundo, se logra apreciar en simultáneo una bandera mexicana que cubre toda la pantalla y la cara de un campesino de facciones indígenas (en *close up* y ángulo en contrapicada. Imagen B2). Esta superposición de imágenes subdetermina una conexión que liga a los elementos “campesino”, por un lado, y “México”, por el otro (*matching* detonador/blanco), autorizando con ello la integración cognitiva de los espacios mentales a los que respectivamente pertenecen. Se puede esquematizar el proceso de la siguiente manera:

N: Naciones
 Elemento M: México
 b: Bandera
 ES: Espacios mentales relativos a las situaciones en pantalla
 p: Elemento campesino
 Espacio *blend o integral*: IP (imagen percibida, planos 4 y 5)
 ←→ Conexión por superposición de Imágenes



Fuente: elaboración propia.

El espacio mental naciones (N) –instanciado por “de-sempaquetaje” dada la aparición en escena de la bandera mexicana–, es relativo a las diversas naciones del mundo.⁵³ Contiene como subespacios a los países. Su *frame* es basto pues se compone de los conocimientos básicos que cada espectador tiene acerca de estos países, en especial de México (M) y que le permiten cognitivamente diferenciarlo del resto.

Ahora bien, el funcionamiento metafórico del *spot* es posible gracias a la conexión “Personajes de los subespacios G1, 2, 3, 4 etcétera= México, M”, pues hace que estos elementos cognitivos se correspondan

y sean por tanto intercambiables.⁵⁴ Se puede afirmar que los personajes de los subespacios G, no serán en lo sucesivo interpretados en virtud de su valor cognitivo (pues siguen siendo anónimos), sino de su rol *nación*, que les es proyectado desde N: cognitivamente, cada personaje o identidad social en escena es equiparado con *México*.⁵⁵

Ello habilita una panoplia de lecturas ricas en inferencias metafóricas nuevas y *variables* según cada participante,⁵⁶ pero todas las plataformas cognitivas involucradas funcionan bajo una misma instrucción: “A partir de la conexión personaje 1, 2, 3=México,

⁵³ Es así puesto que el elemento *bandera* (en este contexto la bandera nacional pero, en general, toda bandera) opera de por sí sobre la base de una conexión terciaria que liga un espacio abstracto (país, nación, territorio, institución, organización) a las formas y colores de la bandera. Así, cuando vemos una bandera no pensamos en otra bandera, sino a lo que supuestamente ‘representa’, es decir al país.

⁵⁴ El principio de accesibilidad (función “personaje=México”), es interesante subrayar, no únicamente será instanciado en el texto por la superposición de imágenes de los planos 4 y 5 sino que, por el contrario, es constantemente reforzado y estabilizado a lo largo de todo el *spot* en virtud de la aglutinante presencia de banderas que a menudo rempazan a los personajes mismos. Tal es el caso de los planos 18, 39 y 45 donde vemos banderas ahí donde deberíamos ver también a los personajes que las ondean (“El tractor es conducido por banderas” (Imagen 2), “Las banderas se asoman por los balcones de los edificios”, etcétera). Tales *metonimias* refuerzan el principio de accesibilidad (la conexión operante en la configuración) el cual, postulamos, podrá en lo sucesivo ser aplicado a todos los personajes y los elementos de las diferentes escenas (edificios, cosas y demás).

⁵⁵ No se trata aquí sin embargo de un juego de simbolización bajo la forma *significante/significado*, sino de un complejo proceso de herencia de estructuras semánticas entre los elementos de los espacios mentales introducidos por el *spot*. Es quizá correcto pretender sin embargo que se trata aquí de “alegorías”, pues lejos de estar establecidas sus significaciones resultan depender de las ‘negociaciones’ de sentido emprendidas por los espectadores. En este cuadro, resulta fuera de lugar preguntarse cuál es la naturaleza ‘arbitraria o motivada’ de un pretendido proceso de significación en el sentido semiológico del término. Lo que nos interesa es más bien formular la hipótesis: cómo el proceso de construcción del sentido es subdeterminado y estabilizado en función de la ‘lógica metafórica’ de lectura (personajes=nación) del *spot*. A este respecto habrá que recordar que nuestros análisis no son un examen semiótico de las ‘significaciones del mensaje’, sino de las condiciones de construcción del sentido organizadas, hasta cierto punto, por el texto mismo.

⁵⁶ Dicha *variabilidad* no resulta de la *dinámica de lectura* propuesta, que por demás permanece siempre estable, sino de la elección de los elementos visualizados que los participantes apartarán para construir sus alegorías, así como del alcance semántico de los *frames* de los espacios y de los roles de tales elementos seleccionados. Esto es, mientras la lectura específica de cada acción o personaje permanece variable según cada participante, la lógica de la lectura metafórica permanece por el contrario estabilizada por la función “personaje=México”.

identificar las demás correspondencias entre otros elementos o acciones visualizados y el subespacio M y, con ello, interpretar las situaciones de los subespacios G de M3J en función del *frame* del subespacio M."

Al igual que el primer *spot*, esta segunda metáfora funciona como una adivinanza donde –con una pista fácilmente recuperable para los espectadores (la conexión *Personaje 1, 2, 3=México*, habilitada por disolvencias y juegos metonómicos con banderas. Imágenes B5, 10, 11, 13, 15)– se les ‘exhorta’ a la búsqueda cognitiva de nuevas correspondencias entre los demás elementos de los espacios iniciales (cosas, personajes, contextos, por un lado, y los elementos de *México*, por el otro) y, sobre todo, a intercambiar estructuras semánticas entre ellos logrando, así, una lectura metafórica de las situaciones en pantalla.

Bajo el entendido de esta dinámica –y de vuelta a las escenas–, durante los planos 6 y 7 un campesino, en magnificante contrapicada, gira su cara para recibir la luz del sol y comienza a arar la tierra (Imágenes B3, 4). Estas acciones pueden recibir dos interpretaciones: una directa, es decir, ‘transparente’, y la otra metafórica que opera en virtud del principio de accesibilidad vigente (la conexión: personaje=México). Así, el hecho de “girar la cabeza hacia el sol” subdeterminaría por ejemplo el inicio de la productividad del país: “la nación (o bien el campesino en escena) gira para recibir sobre su ‘cara’ la luz de Alianza por el Cambio (AC=Sol)”.⁵⁷ La “luz” de este “nuevo día” “desencadena la acción” de la ahora “iluminada” nación.

La acción del personaje que inicia su labor agrícola permitirá ver, bajo esta lógica, a la “nación que comien-

za su progreso o su desarrollo”. Siguiendo tal metáfora, los pies del personaje/México (Plano 10), cuales “raíces de la nación” (Imagen B4), pueden entonces “avanzar”, “trabajar”, “producir”, pasar a la acción. En breve, la metáfora de los planos 7 y 8 podría subdeterminar “la producción del país”: presidido por la “luz de AC”, nuestro campesino-México se “desplaza”, “avanza” a “pasos seguros”.

La lógica de lectura estabilizada mediante la conexión Personaje=México, habilita la interpretación metafórica no únicamente de los personajes, sino también del resto de los elementos en escena. En este sentido los tractores (Imagen B5) y automóviles de otros planos (Imagen B6) parecen también reforzar la metáfora de la *productividad nacional*.

Cabe señalar que las eventuales lecturas metafóricas del texto jamás son definitivas ni *determinadas*, sino únicamente *subdeterminadas* por los índices y por ello varían de espectador en espectador. Ello depende de cuáles elementos sean por él “rescatados” del incesante bombardeo de imágenes, de la extensión de los *frames* semánticos que cada espectador es capaz de concederle⁵⁸ y de si emplea o no el principio de accesibilidad (personaje=México) que le fue proporcionado por el discurso.

No obstante lo anterior, los textos audiovisuales animan el desarrollo de ciertas plataformas cognitivas sobre otras mediante la *reiteración* de índices audiovisuales o bien de su *saillance*.⁵⁹ En este mensaje, dos metáforas parecen ser las *más fácilmente identificables* para el espectador. La primera es la de la *abundancia de felicidad en la nación*, plasmada en continuidad a

⁵⁷ La metáfora *Alianza por el Cambio=la luz del cambio*, fue desarrollada en varios otros *spots* de la campaña en contraposición con la declarada “Oscuridad” del PRI.

⁵⁸ Nuevamente, no se trata aquí de un proceso automático signifiante/significado, como quizá lo postule un semiólogo, sino de una compleja negociación de sentido en función de las conexiones espaciales instanciadas.

⁵⁹ Según Landragin: “Est saillant ce qui vient en premier à l’esprit, ce qui capte l’attention. Cette propriété, parfois appelée prosexigène (obtrusive en anglais), s’applique aux entités du discours via les caractéristiques lexicales, syntaxiques et sémantiques du discours, auxquelles il faut ajouter les caractéristiques phonétiques et prosodiques dans le cas du discours oral et les caractéristiques visuelles dans le cas du discours écrit. La notion de saillance (saliency en anglais) est ainsi liée à l’émergence d’une figure sur un fond, que cette émergence soit motivée par des aspects physiques liés à la perception de la parole ou du texte écrit, ou par des aspects plus sémantiques voire cognitifs liés à la compréhension du langage. C’est pourquoi on peut distinguer la saillance physique de la saillance cognitive, de manière à mieux rendre compte de phénomènes qui peuvent jouer dans le même sens ou dans des sens opposés” (Frédéric Landragin, “Saillance”, en *Semanticopledie, Dictionnaire de Semantique*, en <http://www.semantique-gdr.net/dico/index.php/Saillance>).

lo largo de varias escenas. El plano 20, por ejemplo, muestra *personajes-México* cuya felicidad los conduce a regarse *abundantes "chorros de agua"*; mientras que los *"trabajadores de cuello blanco"* –*cuantiosos* hombres de comercio y de servicios ciudadanos– participan de lleno en la verbena, olvidando mudarse sus trajes y corbatas (Plano 22. Imagen B7). En los planos 24, 26, 27, 35, 41, 44, 45, 53 y 56, *multitudes* heteróclitas estallan de felicidad bajo una *enloquecida lluvia* de confetis filmada en cámara lenta (Imágenes B13, 14) al tiempo que otros *incontables* personajes bajarán de sus casas (plano 25) para improvisar coloridas fiestas "folklóricas" y "populares" (planos 48, 49, 50. Imágenes B13, 14, 15).

La *creciente abundancia* de elementos a cuadro es pues uno de los índices coincidentes en varias escenas y constituirá uno de los principales *frames* de los espacios mentales instanciados. Esta metáfora audiovisual nos está diciendo entonces: *el 3 de julio iniciará la abundancia, la riqueza compartida de la nación...*

Una segunda metáfora, también reiterada por el *spot*, parece discursivamente complementar la anterior. Ella refiere al *cambio*. Sobreviene el plano 33 exactamente a la mitad temporal del *spot*. Unas niñas vestidas con ropajes folklóricos realizan un bello *giro* al vuelo sobre su propio eje dejando sus vistosos atuendos (Imagen B10). Aunque muy notoria, tal escena no hace más que preconizar la del plano siguiente, el 34, y apresta la atención del receptor para que pueda cabalmente aprehender, ya por reiteración, esta otra imagen: de pie sobre una piragua, un atlético pescador libera su red *girando* elegantemente su torso (Imágenes B11, 12).

Dada su calidad estética, reiteración, y ubicación temporal en el texto, esta escena es una de las más *sobresalientes* del mensaje. Las conexiones instantaneas estarían permitiéndonos observar como la "nación gira (cambia de perfil)"; este "cambio" fue justamente el pilar discursivo y conceptual en el que, en esos comicios, se sostuvo toda la campaña del partido "Alianza por el *Cambio*". Las intenciones políticas de esta metáfora visual quedan de esta manera al descubierto.

En conclusión, queda constatando que la *lectura metafórica* del *spot* es a menudo inducida a nivel de las variables formales que dan aspecto a las escenas. En efecto, varios planos comportan una cierta "magnificencia" indexada tanto por el acentuado ángulo de las tomas en contrapicada, como por los planos en *close up* y la cámara lenta que, no por casualidad, permiten aprehender en detalle las acciones en escena.

Alejados de los parámetros de la visión "normal", tales subdeterminaciones estético-formales operan como un *marcaje* que conduce a los participantes a sospechar que estas imágenes quieren en realidad "decir algo más",⁶⁰ y lo exhortan a realizar una lectura diferente de la frontal, quizá una metafórica.

El estudio semántico-cognitivo de las *metáforas audiovisuales* está en su etapa de nacimiento. Muchos aspectos teóricos quedan por esclarecer o por demostrar mediante éstas y otras vías y/o desde otras disciplinas. Ello sin duda exigirá ajustes y precisiones en el método y el uso de herramientas que aquí, brevemente, se han introducido. El sendero queda no obstante abierto. Será sin duda motivo de otros desarrollos.

⁶⁰ Los atributos cognitivos de las variables formales del mensaje (cf. ángulos, encuadres, cámaras lentas) son esenciales para el sentido en construcción. En su mayoría, resultan articulados mediante conexiones primarias o secundarias (y por lo tanto a las *sensaciones corporales* "experimentadas" por los participantes). pero también pueden reposar sobre conexiones de tipo terciario, trabajando en este caso sobre la base de metáforas socialmente estabilizadas.

Bibliografía

- Aristóteles, *Retórica*, introducción, traducción y notas de Quintín Racionero, Madrid, Gredos, 1990, 626 pp.
- Chihu Amparán, Aquiles, "La teoría de los campos en Pierre Bourdieu", en *Polis. Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, núm. 98, 1998, pp. 179-198.
- Coulson Seana, "What's so Funny? Conceptual Integration in Humorous Examples", en Vimala Herman (ed.), *The Poetics of Cognition: Studies of Cognitive Linguistics and the Verbal Arts*, Cambridge, Cambridge University Press, 2000, s.p.
- Cuenca, María Josep y Joseph Hilferty, *Introducción a la lingüística cognitiva*, Barcelona, Ariel, 1999, 252 pp.
- Fajardo Uribe, Luz Amparo, "La metáfora como proceso cognitivo", en *Forma y Función* núm. 19, 2006, pp. 47-56.
- Fauconnier Gilles, *Espaces Mentaux: Aspects de la construction du sens des langues naturelles*, París, Minuit, 1984, 216 pp.
- Fauconnier Gilles, *Mappings in Thought and Language*, Cambridge, Cambridge University Press, 1997, 220 pp.
- Fauconnier Gilles y Mark Turner, "Blending as a Central Process of Grammar", en Adele Goldberg (ed.), *Conceptual Structure, Discourse and Language*, Standford, Center for the Study of Language and Information Publication, 1996, 504 pp.
- Fauconnier, Gilles y Mark Turner, "Conceptual Integration Networks", en *Cognitif Science*, vol. 22, núm. 2, abril-junio de 1998, pp.133-187.
- Fauconnier, Gilles y Mark Turner, *The Way we Think. Conceptual Blending and the Mind's Hiden Complexity*, Nueva York, Basic Books, 2003, 464 pp.
- Fernández Lagunilla, Marina, *La lengua en la comunicación política II: La palabra del poder*, Madrid, Arco Libros, 1999, 78 pp. (Cuadernos de Lengua Española).
- Fillmore, Charles J., "Scenes-and-frames Semantics", en Antonio Zampolli (ed.), *Linguistic Structure Processing*, Amsterdam, Elsevier Science, 1977, 598 pp.
- Friedrich Silber, Ilana, "Space, Fields Boundaries: the Raise of Spatial Metaphors in Contemporary Sociological Theory", en *Social Research*, vol. 62, 1995, pp. 333-355.
- Grady, Joseph, Todd Oakley y Seana Coulson, "Blending and Metaphor", en Raimond W. Gibbs, Jr. y Gerard J. Steen (eds.), *Metaphor in Cognitif Linguistics*, Santa Cruz/Amsterdam, John Benjamins Publishing Co., 1999, 226 pp. (Current Issues in Linguistic Theory, 75).
- Hernández, María Lourdes, "La metáfora política en la prensa venezolana: un estudio lingüístico-cognitivo", en *Opción*, vol. 20, núm. 44, agosto de 2004, pp. 55-77.

- Johnson Mark, *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason*, Chicago, Chicago University Press, 1987, 233 pp.
- Kuhn, Thomas, *La estructura de las revoluciones científicas*, trad. Agustín Contín, México, Fondo de Cultura Económica, 2004, 361 pp.
- Lakoff, George, "The Contemporary Theory of Methaphor", en Andrew Ortony (ed.), *Metaphor and Thought*, Cambridge, Cambridge University Press, 1993, 696 pp.
- Lakoff, George, *Women, Fire and Dangerous Things. What Categories Reveal about Mind*, Chicago, Chicago University Press, 1987, 632 pp.
- Lakoff, George y Mark Johnson, *Les métaphores dans la vie quotidienne*, trad., Michel de Fornel con la colaboración de Jean-Jacques Lecercle, París, Minuit, 1986, 254 pp.
- Lakoff, George y Mark Johnson, *Philosophy in The Flesh. The Embodied Mind and its Challenge to Western Thought*, Nueva York, Basic Books, 1999, 640 pp.
- Queraltó, Moix, "Las metáforas en la Psicología Cognitivo-Conductual", en *Papeles del Psicólogo*, vol. 27, núm. 002, mayo-agosto de 2006, pp. 116-122.

Mesografía

- Beyer, Harald, "Metáfora y categorizaciones en política", en *El Mercurio*, Santiago de Chile, domingo 5 de junio de 2005, en http://www.cepchile.cl/dms/lang_1/doc_3531.html
- Iglesias Martínez, Lino, *La ciencia cognitiva, introducción y claves para su debate filosófico*, Pamplona, Universidad de Navarra, 2006, 188 pp. (trabajo de investigación doctoral), en <http://www.scribd.com/doc/19250346/La-Ciencia-Cognitiva-Introduccion-y-claves-para-su-debate-filosofico-Lino-Iglesias-Martinez>
- Lakoff George, "La Metáfora en Política. Carta abierta a internet", en *A Parte Rei, Revista de Filosofía*, núm. 4, mayo de 1999, en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/guerra.pdf>
- Lakoff George, "Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think", conferencia dictada en la Universidad de California en San Diego, el 25 de octubre de 2005, en <http://www.youtube.com/watch?v=5f9R9MtkpqM>
- Lakoff, George, "La Metáfora en Política. Carta abierta a Internet (1991)", en *A Parte Rei, Revista de Filosofía*, núm. 4, mayo de 1999, pp. 1-27, en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/guerra.pdf>
- Landragin, Frédéric, "Saillance", en *Semanticopedie, Dictionnaire de Semantique*, en <http://www.semantique-gdr.net/dico/index.php/Saillance>
- Méndez Rubio, Antonio, "Karaoke como metáfora política", en *Trans. Revista Transcultural de Música*, núm. 3, 1997, en <http://www.sibetrans.com/trans/trans3/mendez.htm>

- Muñoz Gutiérrez, Carlos, "Semántica cognitiva: modelos cognitivos y espacios mentales", en *A Parte Rei, Revista de Filosofía*, núm. 43, enero del 2006, pp. 1-28, en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/carlos43.pdf>
- Nubiola, Jaime, "El valor cognitivo de las metáforas", en Paloma Pérez-Ilzarbe y Raquel Lázaro (eds.), *Verdad, bien y belleza. Cuando los filósofos hablan de los valores*, Pamplona, Universidad de Navarra Pamplona, 2000, 194 pp. (Cuadernos del Anuario Filosófico, 103), en <http://www.unav.es/users/Valor-CognitivoMetaforas.html>
- Ortiz Díaz-Guerra, María de Jesús, "La metáfora visual incorporada: aplicación de la teoría integrada de la metáfora primaria a un corpus audiovisual", Alicante, Universidad de Alicante, 2009, 404 pp. (tesis doctoral), en http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/11067/1/Tesis_ortiz.pdf
- Otaola Bajeneta, Javier, "Metáfora y política", en *El País*, Madrid, martes 30 de agosto de 2005, en http://elpais.com/diario/2005/08/30/paisvasco/1125430802_850215.html
- Parente Diego, "Literalidad, metáfora y cognición, observaciones críticas sobre la perspectiva experiencialista de G. Lakoff y M. Johnson", en *A Parte Rei, Revista de Filosofía*, núm. 11, 2000, pp. 1-9, en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/dimeta2.pdf>
- Rivera, Mayra, "Matrices, mundos y metáforas. Introducción a una política de afecto", en *Teknokultura: Revista On-line*, vol. 7, 2007-2008, pp. 1-27, en <http://teknokultura.uprrp.edu/pdf/rivera.pdf>
- Ruiz de Mendoza Ibáñez, Francisco José, "Lingüística cognitiva: semántica, pragmática y construcciones", en *Círculo de Lingüística aplicada a la comunidad, Clac*, núm. 8, noviembre del 2001, en <http://www.ucm.es/info/circulo/no8/ruiz.htm>
- Strmskova, Monika, "Algunas cuestiones sobre el uso de metáforas en el comentario político de la prensa española actual", en <http://www.phil.muni.cz/plonedata/wurj/erb/volumes-31-40/strmiskova04.pdf>