

# La metáfora en la prensa política: claves de funcionamiento

Romina Grana\*  
Universidad Nacional de Córdoba  
[rominagrana77@gmail.com](mailto:rominagrana77@gmail.com)  
Sofía Daghero\*\*  
Universidad Nacional de Córdoba  
[sofidaghero@gmail.com](mailto:sofidaghero@gmail.com)  
María Agustina Torres\*\*\*  
Universidad Nacional de Córdoba  
[m.agustina.torres@gmail.com](mailto:m.agustina.torres@gmail.com)

Fecha de recepción: 14/08/21

Fecha de aceptación: 26/10/21

## RESUMEN

El presente trabajo dialoga con otro de mayor alcance cuyo objetivo consistió en hacer un relevamiento de metáforas conceptuales empleadas en noticias de índole política, extraídas de “La Voz del Interior” y “La Mañana de Córdoba” (Daghero y Torres, 2017). El corpus fue seleccionado en relación con las elecciones nacionales del 2015, en sus tres instancias: elecciones Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO), primera vuelta y balotaje. Se seleccionaron las noticias publicadas quince días antes y quince después de dichas fechas.

En lo que respecta al marco teórico, hemos seguido la propuesta de Lakoff y Johnson presentada en su libro *Metáforas de la vida cotidiana* (2009), enmarcada en los lineamientos de la Lingüística Cognitiva. El concepto nodal de su teoría descansa en la afirmación de que todo el sistema conceptual -es decir, la manera en que entendemos el mundo- es esencialmente de naturaleza metafórica. La metáfora se resignifica como parte de los mecanismos cognitivos de todo ser humano, lo cual se extiende al plano social: es justamente aquí donde hacemos hincapié, pues las metáforas se constituyen como sede de agonísticas que se juegan en la arena de lo público. Los autores de referencia definen tres tipos de metáforas cognitivas, de las cuales se seleccionaron las orientacionales, aunque ampliaremos el foco y haremos mención a algunas metáforas estructurales que se vean atravesadas por un eje orientacional.

*Palabras clave:* Metáfora conceptual. Lingüística cognitiva. Prensa política. Proceso electoral argentino.

## The metaphor in the political press: Operating keys

## ABSTRACT

---

\* Es Doctora en Letras y profesora en la carrera de Letras de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Ha obtenido becas doctoral y posdoctoral de organismos nacionales de investigación. Su producción se vincula a las áreas de lingüística, análisis del discurso histórico y etnolingüística. Es investigadora en equipos interdisciplinarios.

\*\* Licenciada en Letras Modernas y Técnica en Corrección Literaria de la UNC. Adscripta a la cátedra Lingüística I (Escuela de Letras, UNC), entre 2018-2019. Integrante del proyecto de investigación "El estructuralismo: revisión de fundamentos" (Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades, UNC).

\*\*\* Es egresada de la carrera de Letras Modernas por la Facultad de Filosofía y Humanidades de la UNC. Integrante del proyecto de investigación "El estructuralismo: revisión de fundamentos" (Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades, UNC). Integró, entre 2013 y 2014, como ayudante alumna, los equipos de cátedra de Historia de la Lengua y Lingüística I.

The present paper discusses with a larger one whose aim was to make a study on conceptual metaphors used in the political press, particularly in the newspapers “La Mañana de Córdoba” and “La Voz del Interior”. The corpus was selected in relation to the national elections of 2015, in its three moments: Primary, Open, Simultaneous and Compulsory elections (PASO), the general elections and the runoff. The news items published 15 days before and 15 days after those moments were selected for this study.

Regarding the theoretical framework of this article, we have followed the approach presented by Lakoff and Johnson in their book *Metaphors We Live By* (2009). This book is also framed in the general guidelines of cognitive linguistics. The nodal concept of this theory relies on the following assertion that the whole conceptual system (that is the way we understand the world) is essentially metaphorical. Metaphors are resignified as part of the cognitive mechanisms in every human being, which is extended to the social plane. This last part is the one we emphasize, because metaphors are established as the vehicle where all the disputes in the public arena take place.

The mentioned authors define three kinds of cognitive metaphors, from which we chose the orientational metaphors. Despite this, we will mention some conceptual metaphors that are affected by the orientational premises.

*Key words:* Conceptual metaphor. Cognitive linguistics. Political press. Argentine election process.

## 1. Introducción

Este trabajo selecciona algunos aspectos centrales de otro de mayor alcance que fue presentado como tesina final de grado (Daghero y Torres, 2017). El objetivo de dicho trabajo consistió en reconocer las metáforas con las que se caracterizó al proceso electoral. Para ello, se realizó un relevamiento de aquellas metáforas conceptuales empleadas en noticias de índole política, extraídas de “La Voz del Interior” y “La Mañana de Córdoba”. En esta ocasión, retomamos una parte de los resultados de dicho relevamiento, particularmente en torno a las metáforas orientacionales. Partimos de la hipótesis de que los modos de apropiación de la realidad social están fuertemente condicionados a nivel cognitivo, es decir, organizamos la experiencia que se presenta opaca con categorías que la hacen inteligibles. A partir de este supuesto, intentamos entender de qué manera la concepción del espacio y el uso de las metáforas orientacionales en el ámbito político y su tratamiento en la prensa construyen sentidos en torno al proceso electoral. En concordancia con esto, agregamos algunas expresiones de metáforas de tipo estructural (la política es una guerra, por ejemplo) que manifiesten una construcción de sentido vinculada a la espacialización, dentro de su dominio metafórico. Así, veremos de qué manera las metáforas orientacionales también inciden en la construcción de estos conceptos que metaforizan a la política.

## 2. Perspectiva teórica

Hemos seguido la propuesta de Lakoff y Johnson (1998) presentada en su libro *Metáforas de la vida cotidiana*, enmarcada en los lineamientos de la Lingüística Cognitiva. El concepto nodal de su teoría establece que la metáfora debe dejar de ser considerada un mero recurso poético/literario/estilístico en tanto impregna toda nuestra vida cotidiana, no solamente el lenguaje sino también el pensamiento y la acción. Todo el procesamiento cognitivo del mundo que nos rodea y de nuestra interioridad está atravesado por procesos metafóricos. Las metáforas, según estos autores, son culturales y universales cuando tienen relación con experiencias físicas elementales de los sujetos. Así, se pueden encontrar en todas las lenguas metáforas para referirse, por ejemplo, al tiempo, que hablan de su escasez, su valor, lo mucho que hay que cuidarlo, etcétera. Por

esto, Lakoff y Johnson afirman que existe una sistematicidad entre las metáforas cognitivas, ya que suponen la existencia de todo un sistema de expresiones ordenadas bajo un núcleo común que se vinculan entre sí.

Los autores de referencia definen tres tipos de metáforas conceptuales.

- *Metáforas estructurales*: organizan un concepto en términos de otro; por ejemplo, el concepto *tiempo* -de difícil aprehensión y clasificación- se explica en términos de otro que facilita su comprensión al compartir rasgos en común. En este caso, el tiempo y el dinero comparten los rasgos de *valor/escasez*; así surgen expresiones tales como “no me hagas perder el tiempo”, “ahorrar tiempo”, “invertir tiempo”, etcétera.
- *Metáforas ontológicas*: entender ciertos conceptos en términos de objetos y sustancias nos permite elegir partes de nuestras experiencias y tratarlas como entidades discretas o sustancias de un tipo uniforme. Es decir, darles entidad a conceptos que no la tienen, como ocurre, por ejemplo, con expresiones del tipo “le abre las puertas del peronismo” o “la cúpula del PRO”. Ni el peronismo ni el PRO son edificios que pueden abrirse o tienen puertas o cúpulas.
- *Metáforas orientacionales*: en este caso, nos referimos a conceptos o sistemas conceptuales que se organizan basándose en la experiencia física. En este sentido, usamos la disposición de nuestros cuerpos en el espacio para metaforizar ciertos conceptos y nociones. Así, ARRIBA-ABAJO constituye un eje que organiza expresiones tales como: *cayó dormido*, *se levantó de entre los muertos*, *se vino abajo* con la gripe, etcétera.

De este modo, el presente trabajo se centrará en analizar las metáforas orientacionales o espacializadoras. En este caso, lo que hace nuestra mente es dotar a un concepto de una orientación espacial, fundamentada en la experiencia física y cultural que vivimos. Existe una sistematicidad global entre las diferentes metáforas espacializadoras, es decir, hay una coherencia que subyace a todas las metáforas y tiene que ver con la experiencia física y cultural. Lo que hacemos es ordenar un sistema global de conceptos con relación a nociones espaciales como ARRIBA-ABAJO, ADENTRO-AFUERA, CENTRAL-PERIFÉRICO, etc., y dotarlos de una significación particular. En palabras de los autores, “nuestra experiencia física y cultural proporciona muchos fundamentos posibles para metáforas espacializadoras” (Lakoff y Johnson, 2009: 56). Estas conceptualizaciones pueden variar de una cultura a la otra, por ejemplo “en algunas culturas el futuro está delante de nosotros, mientras que en otras está detrás” (Lakoff y Johnson, 2009: 51). Sin embargo, es claro cómo la disposición orientacional de muchos conceptos es fundamental para comprenderlos y dimensionarlos en su totalidad.

El sistema conceptual está estructurado con base en nuestra experiencia espacial constante, es decir, nuestra interacción con el medio físico. Eso nunca es meramente físico, sino que está ampliamente atravesado por un filtro cultural. Las experiencias emocionales están mucho menos claramente delineadas que las puramente físicas, por eso metaforizamos los conceptos abstractos en términos físicos.

### 3. Selección y análisis del corpus

Los recaudos metodológicos del presente trabajo son coherentes con una perspectiva de análisis descriptiva. La investigación se ha orientado a relevar las diversas expresiones metafóricas que aparecen en el corpus.

En cuanto a este, seleccionamos noticias -sin autoría definida, sino escritas desde la redacción de cada periódico- que refieran a las tres instancias electorales presidenciales de 2015 (PASO, elecciones generales y balotaje). Para hacer un recorte temporal, nos centramos en la fecha de cada instancia electoral abarcando un período de treinta días (quince días antes y quince días después).

Relevamos las metáforas orientacionales que aparecieron en el análisis del corpus en relación con la política. Hacemos la presente salvedad, dado que existen múltiples metáforas orientacionales que refieren a distintos campos semánticos y hemos decidido acotar dicho universo, ya que se vincula con los objetivos generales del presente artículo. Asimismo, agregaremos al presente trabajo aquellas metáforas estructurales que se ven atravesadas por determinadas metáforas orientacionales en sus mecanismos de construcción de sentido.

Hemos agrupado las distintas expresiones metafóricas en relación con la oposición orientacional a la que refieren: arriba-abajo, cerca-lejos, centro-periferia, con el objetivo de facilitar su lectura.

Recordemos una vez más que las experiencias físicas y culturales proporcionan la base de la metáfora. A diferencia de las metáforas estructurales, que estructuran un concepto en términos de otro de manera parcial, la metáfora orientacional organiza un sistema global de conceptos con relación a otro. Existe tanto una sistematicidad al interior de la metáfora como una sistematicidad global que establece una coherencia entre diferentes metáforas espacializadoras.

Así, encontramos que ADELANTE ES MEJOR, ADELANTE ES PROGRESO Y DESARROLLO, EL FUTURO ES ADELANTE y EL FUTURO ES MEJOR son una serie de metáforas con base ADELANTE-ATRÁS que mantienen una coherencia y una fuerte valoración, que se traducen en estrategias para convencer. Vemos cómo los medios hacen hincapié en las “promesas de campaña” de los candidatos presidenciales de seguir avanzando, de apostar por el futuro, de movernos hacia adelante y no retroceder o atrasar. Llevar adelante proyectos es realizarlos y las mejoras se nominalizan frecuentemente en términos de avances. Los objetivos que pretenden alcanzarse se conceptualizan como objetos que se encuentran al frente, delante de uno. Hacerle frente al ajuste o cualquier situación también denota una valoración positiva asociada a la valentía y la acción. También será mejor quien se encuentre adelante en la carrera presidencial o en las encuestas.

Entonces, si EL FUTURO ES MEJOR, LO NUEVO ES MEJOR y si el PASADO ES PEOR, LO VIEJO ES PEOR. Esta será la valoración que se aplicará a expresiones como “son parte de una vieja política” y “nace una nueva forma de hacer política”.

Esta orientación se articula con muchas de las metáforas estructurales que analizaremos a continuación, como LA POLÍTICA ES UN CAMINO, LA POLÍTICA ES UN VEHÍCULO/MÁQUINA y LA POLÍTICA ES UNA CARRERA, gracias a la base experiencial de la cultura en la que estamos inmersos.

Tabla 1. Eje ADELANTE-ATRÁS

Orientación	Descripción	Expresiones metafóricas
ADELANTE-ATRÁS	<i>Adelante es el futuro, atrás es el pasado</i>	“que viene llevando <i>adelante</i> el gobierno”
		“seguir <i>avanzando</i> ” (ocho veces)

	"han llevado adelante un relevamiento de las necesidades"
	" <i>hacia</i> una economía libre"
	" <i>atrás</i> en estos conceptos"
	" <i>seguir avanzando</i> sobre la base de lo realizado"
<b>Adelante es mayor cantidad de votos, atrás es menor</b>	"es decir que el FPV está <i>adelante</i> "
<b>Adelante es progreso y bienestar, atrás es crisis y atraso</b>	"es cierto que la gente quiere un cambio pero (...) eso es <i>retroceso</i> "
	"para ir <i>avanzando</i> en el desarrollo de este lugar"
	"los <i>avances</i> realizados en materia laboral"
	"un liderazgo que nos permita salir <i>adelante</i> "
	"De la Sota va a contramano"
	"fui para <i>adelante</i> "
	" <i>rumbo</i> al balotaje"
	" <i>avancen</i> en la consolidación de los derechos"
	"ir <i>hacia</i> un país normal"
	"el <i>avance</i> del escrutinio"
	" <i>conducir</i> al progreso"
	"inicio del camino que nos tiene que <i>llevar al futuro</i> "
	"están contentos de cómo <i>avanzaron</i> "

Con respecto a la orientación ARRIBA-ABAJO, nos encontramos con que ARRIBA ES MÁS se utiliza para referirse a una alta responsabilidad, encontrarse al tope de las

preferencias de los votantes, liderar un candidato por sobre otro. La mayoría de las veces, esto implica también que ARRIBA ES MEJOR; por lo tanto, ABAJO ES PEOR y “profundizar la crisis” aparece como una consecuencia negativa, al igual que hablar de la “caída”. Las caídas son un descenso brusco e involuntario que, en nuestro sistema cultural, están asociados al dolor y la vergüenza, si nos referimos a una persona y, al daño o la ruptura, si hablamos de un objeto. En las expresiones “bajar la inflación” y “bajé la mortalidad infantil” se repite la orientación ABAJO ES MENOS, pero no ABAJO ES PEOR, dado el carácter negativo de estos conceptos. ARRIBA ES TENER EL CONTROL, ABAJO ES ESTAR CONTROLADO se utiliza en expresiones como estar “bajo su mando”, “la única provincia que estará bajo su órbita”, que denotan sumisión o dependencia. Por lo tanto, estar encima es tener el poder. La mayoría de las jerarquías en diversas instituciones sociales se organizan con esta orientación, coherente con ARRIBA ES MÁS y ARRIBA ES MEJOR.

Tabla 2. Eje ARRIBA-ABAJO

Orientación	Descripción	Expresiones metafóricas
ARRIBA- ABAJO	<i>Arriba es más, abajo es menos</i>	"bajar el presupuesto"
		"Y lo voy a hacer a mi manera, con un alto sentido de la responsabilidad"
		"crecer tres puntos"
		"liderando por encima de José Manuel De la Sota"
		"se acentuó una leve caída de Scioli"
		"Scioli - Zanini al tope de las preferencias"
		"seguido por Cambiemos unos 10 puntos por debajo"
		"un dólar <i>más bajo</i> que el actual" (dos veces)
		"Elisa Carrió viene <i>cayendo</i> "
		"12 puntos <i>arriba</i> de Macri y 20 <i>arriba</i> de Massa"
		"para tener la <i>más alta</i> responsabilidad"
	" <i>bajé</i> la mortalidad infantil"	
	<i>Arriba es mejor, abajo es peor</i>	"la prudencia sobre la demagogia" (tres veces)

		"profundizar aún más la crisis"
		"no volvamos a ponernos <i>de rodillas</i> nunca más"
	<b>Arriba es tener el control, abajo es ser controlado</b>	"bajo la órbita del estado"
		"la única provincia que estará <i>bajo</i> su órbita"
	<b>Arriba es presencia, abajo es ausencia.</b>	"nos quisieron <i>bajar, correr, empujar</i> y acá estamos"
	<b>Arriba es superioridad, abajo es inferioridad</b>	"estar <i>a la altura</i> de responder"
	<b>Arriba es mayor poder adquisitivo, abajo es menor</b>	"la franja <i>media</i> de la sociedad"

La orientación CERCA-LEJOS es utilizada con frecuencia para equiparar la cercanía en el espacio con la cercanía afectiva o ideológica; mayor distancia espacial implica menor coincidencia ideológica. De esta manera, la metáfora CERCA ES COINCIDENCIA IDEOLÓGICO-POLÍTICA, LEJOS ES DISCREPANCIA, es la base que sustenta expresiones metafóricas como "su alejamiento del ex intendente de Tigre", "lejos del peronismo", "el acercamiento al gobernador electo" o "más cerca de Brasilia y más lejos de Caracas". Otra de las metáforas que se alinean bajo esta orientación es CERCA ES SIMILAR CANTIDAD DE VOTOS, LEJOS ES DIFERENTE CANTIDAD, en expresiones como "El espacio UNA está lejos" y "mantiene la distancia con el candidato de Cambiemos". La lejanía también se cruza aquí con la metáfora estructural de LA POLÍTICA ES UNA CARRERA, donde mantener una mayor distancia de los demás jugadores o de la meta implica menores posibilidades de asegurarse la victoria.

Tabla 3. Eje CERCA-LEJOS

Orientación	Descripción	Expresiones metafóricas
CERCA - LEJOS	<b>Cerca es similar cantidad de votos, lejos es diferente cantidad de votos</b>	"el FPV mantiene <i>la distancia</i> respecto al candidato de Cambiemos"
		"el espacio UNA está <i>lejos</i> , en el tercer lugar"
	<b>Cerca es coincidencia ideológico-política, lejos es discrepancia</b>	"el <i>acercamiento</i> al gobernador electo Juan Schiaretti"
		" <i>se acercó</i> a sus antecesores de distintos signos políticos"

		"los votantes pueden estar <i>cerca</i> " (dos veces)
		"lejos del PRO, intendentes radicales"
		"quienes dirigen el PJ cordobés están muy lejos del peronismo"
		"Olga Riutort oficializó su alejamiento del ex intendente de Tigre"
		"más cerca de Brasilia y más lejos de Caracas"

La orientación CENTRO-PERIFERIA tiene su base en la experiencia del mundo a través de nuestro sistema de percepción visual. Al poner mayor atención sobre un objeto o concepto, lo ubicamos en el centro de nuestro campo visual, para destacarlo y atribuirle mayor importancia que a lo que se encuentra a su alrededor, en los costados o márgenes. Por lo tanto, se establece un sistema de metáforas como EL CENTRO ES MAYOR IMPORTANCIA, LA PERIFERIA MENOR IMPORTANCIA y EL CENTRO ES LO QUE MÁS SE VE, LA PERIFERIA ES LO QUE MENOS SE VE. Al decir “nos quisieron bajar, correr, empujar pero acá estamos” encontramos un cruce entre las orientaciones ARRIBA ES MEJOR y CENTRO ES MAYOR IMPORTANCIA.

Tabla 4. Eje CENTRO-PERIFERIA

Orientación	Descripción	Expresiones metafóricas
<b>CENTRO-PERIFERIA</b>	<b>El <i>centro</i> es lo que se ve, la <i>periferia</i> es lo que no</b>	" <i>centro</i> de la escena"
	<b>El <i>centro</i> es la capital, la <i>periferia</i> son las demás provincias</b>	"las provincias del <i>interior</i> deben defender al pueblo"
	<b><i>Centro</i> es más importante, <i>periferia</i> es menos relevante</b>	"tiene un papel <i>central</i> en la economía"
		"lo insertó en el centro de las especulaciones políticas"

A continuación, agregamos al presente trabajo aquellas metáforas estructurales que, dentro de su sistema de significación, se encuentran atravesadas por metáforas orientacionales. No todas las expresiones sobre LA POLÍTICA ES UNA GUERRA, por ejemplo, incluyen una dimensión espacial, por lo que hemos elegido incluir aquellas expresiones metafóricas.

Tabla 5. *LA POLÍTICA ES UNA GUERRA*

<b>METÁFORA CONCEPTUAL</b>	<b>EXPRESIÓN METAFÓRICA</b>	<b>DOMINIO DE ORIGEN</b>	<b>DOMINIO META</b>
LA POLÍTICA ES UNA GUERRA	“en el pelotón de <i>atrás</i> quedaron el MST...”	La guerra	La manera de dividir a las fuerzas que se enfrentan en las elecciones es mediante metáforas militares como pelotón, que define a las agrupaciones bélicas de menor tamaño.
	“José Manuel De la Sota se puso <i>al frente</i> de la campaña de UNA en Córdoba” (cuatro veces)		Así como en la batalla existen posiciones en las que se acomodan las fuerzas para enfrentarse, el frente o la vanguardia es la primera fuerza de choque, son quienes encabezan el ataque.

La lógica de la guerra subyace a la mayoría de las situaciones en las que, en nuestra cultura, al menos dos grupos o intereses se ven enfrentados. Los candidatos presidenciales son percibidos como los líderes o comandantes de los ejércitos, que entre sí se comportan como rivales, contrincantes, adversarios, oponentes. Los integrantes de los diferentes partidos son identificados como las filas, fuerzas y huestes que seguirán a su líder intentando propiciar la victoria. En estos casos, podemos ver el entrecruzamiento entre las metáforas LA POLÍTICA ES UNA GUERRA y los ejes orientacionales ADELANTE-ATRÁS.

Tabla 6. *LA POLÍTICA ES UN JUEGO*

<b>METÁFORA CONCEPTUAL</b>	<b>EXPRESIÓN METAFÓRICA</b>	<b>DOMINIO DE ORIGEN</b>	<b>DOMINIO META</b>
LA POLÍTICA ES UN JUEGO	“En el final, Macri y Scioli <i>suben</i> su apuesta por el voto provincial” (dos veces)	El juego	Tal como en las apuestas, el voto de las provincias se representa como el jugador que promete a quienes apuestan -en este caso, los candidatos- otorgarles la victoria.

El proceso electoral, y la política en general, se equiparan al juego: diferentes actividades que se realizan con el fin de entretenerse y que tienen lugar entre dos o más equipos o jugadores, que compiten entre sí adscribiendo a un conjunto específico de reglas y demostrando destrezas o habilidades, físicas o mentales. Sin embargo, no es la dimensión lúdica la principal, sino que se pone de relieve el carácter competitivo de estos encuentros. En este caso, LA POLÍTICA ES UN JUEGO se entrecruza con el eje orientacional ARRIBA ES MÁS.

Tabla 7. *LA POLÍTICA ES UN ESPECTÁCULO*

METÁFORA	EXPRESIÓN METAFÓRICA	DOMINIO DE ORIGEN	DOMINIO META
LA POLÍTICA ES UN ESPECTÁCULO	"centro de la escena"	El teatro	Para hablar de una situación que es importante, pensamos en ella como si estuviera en el centro de la escena, acaparando la atención.

El estado de cosas (real o hipotético) se conceptualiza como un escenario donde se desarrolla la acción teatral, en virtud de considerar también a quien emite el discurso como parte de un espacio escénico particular. En esta lógica, el "centro de la escena" - lugar donde típicamente recae la iluminación general y la mirada de los espectadores- es donde se configura aquello que llama la atención y es lo más relevante. Por lo tanto, vemos aquí una continuidad con la metáfora orientacional CENTRO-PERIFERIA.

Tabla 8. *HACER POLÍTICA ES CONSTRUIR*

METÁFORA	EXPRESIÓN METAFÓRICA	DOMINIO DE ORIGEN	DOMINIO META
HACER POLÍTICA ES CONSTRUIR	"el techo que el electorado de las grandes ciudades le impuso a Macri"	La construcción	El techo representa, en este caso, el límite, el punto máximo de la cantidad de votos que se produce a pesar de lo que desee el candidato.

La metáfora de la construcción tiene gran presencia en el habla cotidiana, donde constantemente hacemos referencia a distintos procesos y partes de las edificaciones. Puertas, pilares, techo, piso, puente, cimientos, nos ayudan a pensar otras nociones más abstractas. En este caso, el "techo" equivale a un tope en el ascenso, al igual que en la metáfora "techo de cristal", utilizada en estudios de género para hablar sobre las limitaciones invisibles o veladas que en la mayoría de los trabajos enfrentan las mujeres, entre otros grupos, para acceder a puestos jerárquicos. El eje orientacional que opera aquí también es ARRIBA ES MÁS.

Tabla 9. *LA POLÍTICA ES UN CAMINO*

METÁFORA	EXPRESIONES METAFÓRICAS	DOMINIO DE ORIGEN	DOMINIO META
LA POLÍTICA ES UN CAMINO	"la UCR cordobesa perdió el rumbo de Alfonsín y de Irigoyen"	El camino	El rumbo es el horizonte hacia el cual se desplazan quienes están dentro del "camino" que es la política.

	"Massa propuso <i>el camino del crecimiento</i> " (seis veces)		La política, o hacer política en este caso, se metaforiza con un camino que transitan los políticos y aquellos a quienes afectan sus decisiones.
	"De la Sota va <i>a contramano</i> "		En este caso "ir a contramano" en el camino que es la política implica ir al revés de lo que se espera de De la Sota.
	"llegué <i>hasta acá</i> interpretando a los argentinos"		El lugar adonde se arriba significa un hito en este recorrido por el "camino" político.
	"este <i>es el camino</i> para llegar a una gran Argentina"		En este caso, el camino se metaforiza con una meta o llegada clara, que sirve para motivar al electorado.
	"arreglar <i>vía</i> el ajuste"		La forma de solucionar es mediante otro "camino" político, en este caso, el ajuste económico.
	"este es el inicio de <i>un camino</i> que nos tiene que <i>llevar al futuro</i> "		En este caso, el camino se metaforiza con una meta o llegada clara, que sirve para motivar al electorado.

Es clara la vinculación metafórica de la política y el camino, en tanto entendemos la política como una sucesión de hechos y acciones, un proceso que hay que recorrer para alcanzar ciertos objetivos. Podría afirmarse que se trata de una metáfora que especifica otra más amplia como lo es LA VIDA ES UN CAMINO que transitamos los seres humanos. En este caso, los políticos se ven inmersos en este camino, a la vez que acompañan al resto de los ciudadanos. Enmarcadas en esta lógica, encontramos que se retoman las metáforas orientacionales ADELANTE ES MEJOR, ADELANTE ES PROGRESO y EL FUTURO ES ADELANTE.

Tabla 10. *HACER POLÍTICA ES CONDUCIR UNA MÁQUINA/UN VEHÍCULO*

<b>METÁFORA CONCEPTUAL</b>	<b>EXPRESIÓN METAFÓRICA</b>	<b>DOMINIO DE ORIGEN</b>	<b>DOMINIO META</b>
HACER POLÍTICA ES CONDUCIR UNA	"los aspirantes <i>pusieron primera</i> "	Los vehículos	La mayoría de los vehículos que utilizamos en la actualidad poseen marchas, cambios o velocidades que el conductor va

MÁQUINA/UN VEHÍCULO	" <i>bajen un cambio</i> porque es la gente la que va a decidir"	aumentando progresivamente para poder acelerar. En el primer caso, la "primera" [marcha] es la que permite arrancar. En el segundo caso, "bajar un cambio" es una expresión catacretizada en nuestra sociedad que alude a bajar la velocidad, a tranquilizarse.
	"nos ha puesto <i>palos en la rueda</i> "	Las ruedas son las que, girando alrededor de un eje, permiten el movimiento de un vehículo. Es muy común en nuestra cultura utilizar esta expresión para señalar los obstáculos y dificultades que alguien puede ocasionar en la concreción de algún fin en particular.
	"tuvo que <i>llegar en moto</i> "	Es llamativo encontrar esta expresión en un medio impreso, ya que está muy asociada al registro coloquial. Es una variación de la expresión "no llegar ni en moto", que se usa para referirse a la imposibilidad de llegar a algún lugar o alcanzar una meta u objetivo.
	"haciendo <i>eje</i> en su agenda latinoamericana"  "El voto en blanco, <i>eje</i> de una polémica"  "cambiar <i>el eje</i> de la discusión" (dos veces)	El eje es una barra cilíndrica que atraviesa un cuerpo giratorio y le sirve como centro para girar. Es una expresión que se utiliza comúnmente para representar la idea o tema central, alrededor del cual giran otros tópicos.
	"el modelo <i>puesto en marcha</i> en los últimos años"	La mayoría de los vehículos que utilizamos en la actualidad poseen marchas, cambios o velocidades que el conductor va aumentando progresivamente para poder arrancar y luego acelerar. Con el uso de esta expresión se hace referencia a las medidas que "arrancó" el sector agropecuario.
	" <i>derrapes</i> de dirigentes K"	Cuando una persona tiene un comportamiento reprobable o una acción que no queda bien vista se compara con un vehículo que se desliza sobre la carretera con una dirección perpendicular a la que

			traía, muchas veces sin el control del conductor.
	"poner en marcha al campo"		La mayoría de los vehículos que utilizamos en la actualidad poseen marchas, cambios o velocidades que el conductor va aumentando progresivamente para poder arrancar y luego acelerar. Con el uso de esta expresión se hace referencia a darle mayor impulso al sector agropecuario para hacerlo "arrancar".
	"el delasotismo traccionaba votos" (dos veces)		Traccionar hace referencia al movimiento de vehículos u objetos mediante una fuerza, aplicado en este caso al grupo que apoyaba a De la Sota.

Muchas expresiones de esta categoría se relacionan con las metáforas orientacionales. A grandes rasgos, podemos decir que las ideas de progreso, mejoras y "avances" están representadas en diferentes medidas y propuestas que nos acercan a la noción de "adelante", por lo que una máquina que nos ayuda a desplazarnos (siempre hacia adelante) es un recurso óptimo para lograrlo. Tenemos también una resignificación de CENTRO ES MAYOR IMPORTANCIA / PERIFERIA ES MENOR IMPORTANCIA en la noción de "eje", como el lugar central que se otorga, en esta maquinaria, a aquello que se quiere destacar o que se considera más relevante.

Tabla 11. LA POLÍTICA ES UNA PELEA CUERPO A CUERPO

METÁFORA	EXPRESIONES METAFÓRICAS	DOMINIO DE ORIGEN	DOMINIO META
LA POLÍTICA ES UNA PELEA CUERPO A CUERPO	"nos quisieron bajar, correr, empujar y acá estamos"	Enfrentamiento físico	Aquí se metaforiza tanto el conflicto con otros actores como la capacidad para sobreponerse a los obstáculos.

El enfrentamiento físico es una manera característica de resolver conflictos que han tenido los seres humanos desde siempre. Una disputa de la magnitud de las elecciones presidenciales puede entenderse como una pelea cuerpo a cuerpo en clave metafórica.

Los participantes son los políticos, que nuevamente aparecen caracterizados como “rivales”. Las acciones que realizan son “pegar”, “golpear”, “correr” y “empujar”, todas ligadas fuertemente a los enfrentamientos físicos entre personas y atravesadas, en este caso, por los ejes orientacionales ARRIBA ES MEJOR / ABAJO ES PEOR, EL CENTRO ES MÁS IMPORTANTE / LA PERIFERIA ES MENOS IMPORTANTE.

TABLA 12. *EL PROCESO ELECTORAL ES UNA CARRERA*

METÁFORA CONCEPTUAL	EXPRESIÓN METAFÓRICA	DOMINIO DE ORIGEN	DOMINIO META
EL PROCESO ELECTORAL ES UNA CARRERA	“a la cabeza de las encuestas”	Las carreras	Como vimos, las experiencias corporales son la base de la conceptualización metafórica. La cabeza suele entenderse como la primera parte por ser la que está más arriba o más adelante, en el caso de las carreras de animales.
	“ventaja electoral” (cuatro veces)		Cuando un candidato se encuentra en una situación favorable, pareciera adelantarse o encontrarse en una situación de superioridad.
	“el último tramo de la campaña” (dos veces)		El proceso de las elecciones puede dividirse en tramos temporales, así como en algunas carreras suele dividirse en tramos.
	“primera vuelta” (cuatro veces); “hará falta una segunda vuelta” (ocho veces)		La primera instancia de votación es percibida como una de las vueltas de una carrera, donde aún no hay resultados definidos, pero puede verse quién tiene mayores posibilidades de ganar.
	“en su carrera hacia la presidencia de la Nación”; “Scioli y Macri competirán para suceder a Cristina Fernández de Kirchner”		La presidencia aparece como la meta hacia la cual se dirigen.

	<p>“seguir con <i>la posta</i> que deja la presidenta”</p>	<p>Las carreras de postas se juegan con equipos numerosos, en los que un participante debe recibir de un compañero un tubo llamado <i>testigo de manos</i>, para estar habilitado para jugar. En este caso, Scioli y Cristina pertenecen al mismo partido y, por lo tanto, al mismo equipo.</p>
	<p>“para encarar <i>la recta final</i>”</p>	<p>Esta expresión señala la proximidad del final de la competencia.</p>
	<p>“<i>muy cerca</i> de la meta”</p>	<p>La presidencia se presenta como el punto final del recorrido que plantea el proceso electoral.</p>
	<p>“discutir con los que <i>quedan en carrera</i>”; "el que pierda el domingo quedará <i>al margen</i> de la <i>carrera presidencial</i>"</p>	<p>A medida que avanza la carrera o el proceso electoral se van descalificando jugadores o candidatos, que quedan fuera de la competencia.</p>
	<p>“el 38.41% de los votos, que le dio el <i>primer lugar</i>”; “quien se queda con <i>el segundo lugar</i>” (dos veces); “las expectativas de <i>salir segundos</i> se desvanecieron”; “la tendencia que lo mostraba peleando <i>el primer puesto</i>”</p>	<p>En caso de no existir una ventaja significativa entre los candidatos en las elecciones generales, quienes obtengan la mayor cantidad de votos serán quienes puedan acceder a la instancia del balotaje. Así, los candidatos quedan clasificados, como los corredores, en primer y segundo puesto. En el tercer caso, esta expresión metafórica aparece junto a “pelear”, que pertenece al dominio de la guerra.</p>

En este caso, se conceptualiza el proceso electoral al que refieren las noticias seleccionadas (PASO, elecciones generales y balotaje) y no la política en sí. La idea de competencia subyace todo el dominio, repitiéndose de manera frecuente tanto en este como en otros ejemplos. Muchas veces se metaforizan nociones como *ventaja* o incluso verbos que se repiten en otros dominios, como *ganar* y *perder*. La carrera es una manera de dotar al proceso electoral de una cierta entidad temporal y espacial, con una duración estable y puntos de partida y de llegada determinados. Asimismo, la campaña se divide en *tramos* que también se delimitan de manera espacio-temporal, haciendo particular hincapié en el “último tramo” como la instancia donde se genera más expectativa y, al mismo tiempo, se requiere un mayor esfuerzo.

#### 4. Notas finales

El trabajo propuesto, sin duda, no agota las consideraciones que pueden generarse sobre el tema. Muy por el contrario, estamos convencidas de que se abre un camino de diálogo, no solo sobre la conceptualización que pueda hacerse de la metáfora, sino también sobre otros modos con los que dotamos de sentido a nuestra realidad y nos constituimos como sujetos enredados en sus coordenadas.

El análisis que presentamos permite afirmar que los discursos de la prensa sobre política -en particular, aquellos ubicados en el seno de campañas electorales- habilitan la aparición de dos recursos atravesados por metáforas orientacionales: uno de ellos tiene que ver con la promesa que supone toda campaña electoral y el otro se vincula con los modos de construir el *ethos* del adversario.

Respecto de la promesa de campaña, podemos decir que se sitúa en el seno de la discusión sobre metáforas orientaciones del tipo ARRIBA ES MEJOR, ADELANTE ES MEJOR, EL FUTURO ES MEJOR: este eje es articulador de los contenidos que se organizan en torno a esta sensibilidad que tenemos los sujetos a la hora de admitir que lo mejor está un paso más allá del lugar donde nos situamos. Con esto, el futuro se erige como el lugar deseado, futuro que está adelante e incluso nos permite salir del hoy pasivo, estancado y monótono.

En cuanto al modo de construir al adversario, se actualizan configuraciones identitarias desde el discurso periodístico (y, a su vez, desde lo que este reproduce del discurso político) que polarizan en sentido binario a quienes participan de la contienda electoral. En relación con esto, podemos ver de qué manera la construcción de los lugares que habitan estos sujetos se organiza en torno a la orientación y a los sentidos que se construyen en dichas orientaciones. Siempre el lugar que ocupa el adversario o contrincante se ubica en aquellas posiciones que conllevan una valoración negativa (atrás es retroceso, lejos es discrepancia ideológica, abajo es sometimiento, periferia es menos relevante, etc.). La función retórica de esta construcción es fuertemente estratégica y persuasiva. Pensando en los periódicos de los que se extrajo el corpus, al tener cada uno de ellos una línea ideológica particular -y, si se quiere, contrapuesta- es interesante ver cómo cada uno erige a ciertos sujetos/actores en los lugares centrales (arriba, adelante, centro) para generar o construir líneas de sentido en los lectores que, a su vez, también constituyen el universo de potenciales votantes.

En relación con las observaciones precedentes, conviene traer a la reflexión los aportes de Pérez y Rueda (2008) cuando llaman la atención sobre cómo las metáforas de la vida cotidiana son utilizadas por la prensa y cómo estas no solo promueven el conocimiento de la realidad, sino que permiten realizar nuevas asociaciones y reconceptualizaciones de lo ya conocido a partir de los efectos que produce el régimen de representación de la imagen y de la palabra. Así, la metáfora como artefacto de condensación de sentidos se convierte en el principal recurso de persuasión que funciona en los discursos analizados, como se explicó anteriormente, y que es especialmente efectivo en aquellos casos en los que la relación metafórica está tan instalada en una sociedad que se catacretiza: deja de percibirse con claridad la operación metafórica y esos nuevos sentidos pasan casi a darse por hecho.

A partir de las lecturas que habilitaron la concreción de este trabajo, hemos comprobado en el corpus analizado que las metáforas se usan para simplificar las explicaciones de conceptos complejos en términos de algo que se experimenta más cercano. Así, los objetivos y mejoras que propone un partido político son conceptos complejos que se explican en términos de avances/futuro o bien retrocesos/atrasos. Esto no es sino una manera de extrapolar la percepción espacial del propio cuerpo en el mundo

al terreno del lenguaje para aproximar al sujeto a ese orden que, de otra manera, se presenta complejo e incognoscible.

Sostenemos y asumimos que la realidad está mediada por las lenguas y, más particularmente, por el modo en que se construyen y circulan los significados. La metáfora es una noción central en estas configuraciones que, muchas veces, esconde un intento de modificar los ánimos de los oyentes, lectores o, incluso, los votantes. La metáfora se inscribe en esa dirección: no afecta a los nombres sino al modo de intelección y, en ese sentido, a la percepción.



### Referencias bibliográficas

- Daghero, S. y Torres, M. A. (2017). *Metáforas de la vida cotidiana en la prensa política cordobesa* [Trabajo Final de Licenciatura no publicado]. Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (2009). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid, España: Ediciones Cátedra.
- Pérez, E. y Rueda, N. (2008). “La función persuasiva de la metáfora en la prensa”. En *Revista Anclajes*, nro. 11-12, 209-224.