

EL LENGUAJE FIGURADO COMO ELEMENTO CONSTITUTIVO DEL DISCURSO ECONÓMICO

Veronika de Azevedo Camacho

Universidad Masaryk de Brno
República Checa
camacho@econ.muni.cz

Resumen. La finalidad del presente artículo es ofrecer un análisis de las características léxicas del discurso económico basándonos en la noción del dinamismo neológico del vocabulario económico y su función ideológica y pragmática. El principal enfoque estriba en el uso del lenguaje figurado en los textos económicos, sobre todo en el empleo de la metáfora. Se trata del análisis crítico de un corpus partiendo de la premisa de que los tropos solo pueden explicarse tomando en consideración la interdependencia de sus dimensiones semánticas, pragmáticas y cognitivas. Se determina en qué consiste la dualidad de la literalidad y dinamismo del discurso económico. La metáfora ya no se considerará como un elemento decorativo del texto especializado, porque es el vehículo para comprender algunas características centrales de este tipo de discurso. Aunamos, pues, posturas de las últimas tendencias del análisis de las metáforas que no se basan solo en el análisis lingüístico, sino también en la búsqueda y explicación de la motivación conceptual de su uso. Para llevar a cabo nuestro análisis contamos con un corpus de artículos del suplemento dominical “Negocios” del diario *El País* (versión digital), cubriendo la turbulenta época del estallido de una de las peores crisis financieras globales de las últimas décadas.

Palabras clave. Metáfora. Crisis. Análisis del discurso económico. Pragmalingüística.

Abstract. The Role of Figurative Language in the Economic Discourse. This study attempts to analyse the lexical neology of economic discourse in the Turbulent period of the 2008 economic Spanish crisis, paying special attention to the use and importance of figurative language in

economical discourse. We have worked with a corpus of specialized articles taken from the Sunday business supplement of *El País, Negocios*, covering the period from April to December of 2008. Having identified the main difficulties in the dynamic process of denominating new economical concepts, the study then explores the semantic, cognitive and pragmatic role of metaphors with special focus on the interaction between common metaphorical conceptualizations and their text-specific configurations.

Keywords. Metaphor. Crisis. Economic Discourse Analysis. Pragmalinguistics.

La finalidad principal del artículo es la de contribuir al estudio semántico, pragmático y cultural del lenguaje figurativo en el discurso económico-financiero semiespecializado. Se trata del análisis crítico de un corpus partiendo de la premisa de que los tropos solo pueden explicarse tomando en consideración la interdependencia de sus dimensiones semánticas, pragmáticas y cognitivas (Charteris-Black, 2004). Tras observar que la interacción entre los lenguajes especializados, el lenguaje de estilo publicitario semiespecializado y la lengua común es muy dinámica, suponemos que esta dualidad de la literalidad y la dinamicidad del discurso económico no se atribuye exclusiva y únicamente al proceso terminológico de palabras de la lengua común y a la determinación del mismo, sino también al amplio uso de los tropos y de las figuras literarias, sobre todo a la metáfora, la metonimia, el símil, la hipérbole, la personificación y al uso de los eufemismos.

En este estudio trabajamos con la premisa de que al acudir a una forma del lenguaje figurativo, sobre todo a la metáfora, le asignamos al texto un papel discursivo que determina el posicionamiento del autor en relación a dicho texto (el objetivo pragmático), al tiempo que le otorgamos un cierto grado de persuasión al formar evaluaciones de los hechos que se describen en el texto económico-financiero (el objetivo ideológico), y los apuntamos a la elevada activación de emociones con el propósito de influir sobre la opinión (objetivo psicológico) (Charteris-Black, 2004). Al analizar el uso del lenguaje figurativo en los textos que abarcan temas económicos, sobre todo las metáforas conceptuales, tenemos que tomar en consideración también los diferentes conceptos culturales del uso de los tropos y las figuras en correlación al hecho de que la mayoría de los conceptos económicos y su forma figurativa proceden del inglés. Aunamos, pues, posturas de las últimas tendencias del análisis de las metáforas que no se basan solo en el análisis lingüístico, sino también en la búsqueda y explicación de la motivación conceptual de su uso. Es decir, la estrategia semántica cognitiva del análisis y la teoría comunicativa de la terminología serán acompañadas por el análisis crítico de la metáfora propuesto por Charteris-Black (2004). El análisis forma parte de un trabajo más extenso sobre los aspectos lingüísticos, pragmáticos y funcionales del español económico del estilo publicitario. Esperamos poder complementar el presente estudio con otros elementos relevantes en un trabajo futuro, asimismo ofrecer una comparación crítica de las mismas metáforas conceptuales en diferentes lenguas del campo de la economía, incluyendo la lengua materna.

Para llevar a cabo nuestro análisis contamos con un corpus de 40 artículos del suplemento dominical “Negocios” del diario *El País* (versión digital), cubriendo la turbulenta época del estallido de una de las peores crisis financieras globales de las últimas décadas. Los artículos estudiados datan desde abril de 2008, cuando la crisis económica estalla

en España tras haberse acumulado varios factores negativos de la economía nacional y mundial, hasta diciembre de 2008, cuando la crisis ya alcanza su fuerza destrozadora tanto para las empresas como para los ciudadanos españoles. Se trata, pues, de textos dinámicos que en su mayoría apelan a las sensaciones y que van destinados al lector semiespecializado.

La interacción entre el lenguaje semiespecializado y la lengua común es clave en el corpus seleccionado e incita al estudio de varios factores extralingüísticos; además, la tipología de los textos estudiados cumple bien con el papel persuasivo e ideológico pragmático. Al analizar el uso del lenguaje figurado en los artículos financieros, logramos identificar de una manera más eficaz las opiniones, las actitudes y las perspectivas que puedan hallarse encubiertas en el texto —con propósito intencional— y así conseguimos evaluar de manera crítica el uso del lenguaje para construir una ideología. En este sentido, el análisis crítico de la metáfora nos sirve para aportar un punto de vista detallado de la naturaleza de tal ideología (Charteris-Black, 2004: 138). Los temas emergentes en todos los artículos son la crisis económica, el desempleo, los movimientos del mercado, la inflación, la crisis inmobiliaria, la falta de responsabilidad presupuestaria y política, pues, aparte del factor pragmático e ideológico, el estudio de la selección de una cierta metáfora se hace con el fin de determinar si el periodista-reportero financiero se representa a sí mismo como un experto analista o como un comentarista narrativo (Charteris-Black, 2004), o si la investigación del uso positivo, negativo o neutro de las metáforas en el sentido pragmático manipulador permite que este corpus sea idóneo para observar las nociones lexicológicas, ya que la prensa es uno de los mejores medios para medir la neología de una lengua. Asimismo se puede analizar la fraseología como procedimiento para la adopción de nuevos términos.

El uso de metáforas desempeña dos papeles en los textos de temas económicos. Primero, su valor es puramente ornamental; segundo, sirve para denominar nuevos conceptos ya que, como aduce Russo: «metáfora es un recurso cognitivo valioso para la comprensión de nuevas ideas mediante remisiones a fenómenos ya conocidos» (Russo, 2004: 29). Así surgen neologismos semánticos como producto de la formación de metáforas propias de la lengua y de sus factores extralingüísticos (cultura, grado de persuasión, ideología) y asimismo se desarrolla una terminología metafórica calcada del inglés que adopta imágenes de diversas áreas del mundo real. Dejamos aparte la problemática de la traducción y transmisión de las metáforas tomadas del inglés para una investigación futura y nos fijaremos en el contenido semántico y pragmático de ambos tipos de estructuras.

Vamos a analizar por qué las expresiones metafóricas son tan productivas y por qué los economistas recurren a ellas para denominar nuevos conceptos. En primer lugar, veamos en qué principio se basa el uso metafórico. Samaniego Fernández (1996) en su estudio de la metáfora aduce que la definición depende de los diferentes objetivos: retórico, semántico o el de los estudios de traducción. Así, lo primordial será el estudio de la analogía y similitud, la transferencia del significado y su cambio. A continuación, se considerará útil analizar la metáfora como recurso para los debates, su finalidad de convencer y razonar. Por último, habrá que fijarse en el concepto platónico de la metáfora como recurso para persuadir y para desviar el debate. Este concepto de “desvío” o “anomalía” brinda la oportunidad para un análisis crítico dentro del campo económico.

Existen diversas maneras de cómo clasificar las metáforas. Para nuestro estudio retomaremos solo algunas para demostrar su papel en la formación de la terminología económica. Primero, se distinguen las metáforas lexicalizadas o muertas, y las originales, dinámicas, nuevas. Al primer grupo pertenecen los siguientes ejemplos tomados del corpus:

entrar en números rojos; dar luz verde a las reformas; la oferta de segunda mano; la economía emergente; la liquidez; el libre mercado; mano invisible del mercado; población activa; apretarse el cinturón.

Se trata de unidades léxicas que se comprenden directamente, sin tener que prestar atención especial a la comparación, ya que ellas mismas poseen una carga semántica propia. Existen en cada lengua muchas de estas metáforas consagradas o “fossilizadas” que se repiten constantemente durante cierto tiempo, en nuestro caso desde el comienzo de la crisis:

sanear la economía; restaurar la confianza; estallido de la crisis; hipoteca basura; el fiasco inmobiliario; burbuja inmobiliaria; desaceleración y estancamiento; el desplome de la construcción; inyectar la liquidez; período de ajuste; tormenta financiera; frenar la crisis; etc.

Por otro lado, las metáforas originales, nuevas y dinámicas intentan despertar nuestro interés e involucrarnos en la situación, en este caso negativa, de la economía, por ser llamativas y creativas. Aparte de la función persuasiva, también se emplean para explicar algunos conceptos novedosos, complejos y difíciles de comprensión, por analogía o similitud con otros ámbitos de la vida. He aquí algunos ejemplos:

sueldo minado por la hipoteca; algunas protestas han secado arterias básicas de la economía; muchos no pueden con los créditos y están a punto de dar la llave del camión al banco; la crisis es la tormenta con tres frentes activos en plena ebullición; los bancos están ahora en el ojo del huracán; con la crisis, no está el horno para bollos; aviso para navegantes en los procelosos mares de las cajas amenazadas de privatización; hay muchas víctimas sin enterrar, entre ellas la economía real en forma de estrangulamiento del crédito que es su sistema sanguíneo; las nuevas medidas económicas aprobadas son pan para hoy y hambre para mañana; aconsejaron a los clientes que no pusieran dinero en su firma... no había pistola humeante, pero sí muchos farolillos rojos que invitaban a ser prudentes.

Otra clasificación de las metáforas se basa en la imagen a la que se alude al crearlas. Como destaca Ramacciotti, «estas expresiones metafóricas se sitúan en campos conceptuales muy diversos y generalmente giran en torno a la vida cotidiana del hombre de hoy» (2008:71). Como ya hemos mencionado, son factores extralingüísticos los que facilitan

esta interacción permanente entre la lengua común y el léxico especializado de la economía. Al analizar nuestro corpus, hemos observado que muchas veces se recurre a unidades léxicas que aluden a los siguientes campos:

- 1) Salud y medicina:
acusar síntomas de recesión; inyectar en el consumo una cifra; síntomas de crisis; la protesta alcanzó virulencia; la crisis es como la fiebre; las cuentas públicas están saneadas; la crisis arrecia; contener la hemorragia por la vía de la inyección del capital; el sector bancario no goza de buena salud; implantar ayudas; contagiado por la ola del optimismo en Europa; paliar la situación; la metástasis de los productos estructurados; la virulencia de la crisis; verdadera radiografía laboral;
- 2) Deporte:
reuniones maratonianas; limitar las millonarias cláusulas de despedida a los ya famosos “golden parachutes”; marcar las reglas del juego; ahora empieza el partido; y si uno es mejor y mete gol, pues gana; aún aguanta pero no descarta tirar la toalla;
- 3) Ciencia:
deuda tóxica; contaminar la economía; un mecanismo de autodefensa; pero no estamos con un periscopio puesto; no es que operara bajo el radar; es que construyó el radar; un sector tan atomizado como el inmobiliario;
- 4) Tiempo meteorológico:
tormenta financiera; las turbulencias financieras que desataron la tormenta están muy lejos de remitir; la crisis ha secado los mercados; Europa resistía mejor la tormenta; nunca llueve a gastos de todos; huracán financiero;
- 5) Artes (música, teatro, literatura):
cambiar su melodía; escenario de dificultad; telón de fondo de la economía española; economía actual es un escenario sombrío; Wall Street quiere escribir ahora el próximo capítulo de la crisis; la crisis dura ya más de 13 meses pero las secuencias finales dejan un crescendo espectacular; adoptar un guión; bajo la batuta del primer ministro; para tapar como sea el drama del paro;
- 6) Catástrofes naturales:
el mayor colapso de un banco desde el derrumbe del...; el banco se hundió; un tsunami protagonizado por los bancos; una avalancha de tenebrosas estadísticas; el escándalo que hizo temblar los mercados;

- 7) Guerra:
comienzo de la batalla por comisiones; caer en la trampa; meter la marcha atrás; atacar mercados; el pistoletazo de salida; plan de rescate; no se puede retroceder; una bomba en manos de políticos; una encendida defensa de la economía; la UE desarmada ante la crisis;
- 8) Medios de transporte:
frenar el impacto; las ventas de automóviles no arrancan; desconectar motores del crecimiento económico; la locomotora había vuelto a pitar; el empuje de la locomotora alemana; a una velocidad de crucero; maniobra de gobierno.

Por último, mencionaremos la clasificación de Lakoff y Johnson (1980), quienes desde la perspectiva de la semántica cognitiva proponen la división de las metáforas en orientacionales (espaciales y temporales) y ontológicas. La expresión orientacional se refiere a la organización de un sistema global de conceptos con relación a otro sistema, lo cual implica una valoración del espacio y de las direcciones: positiva hacia arriba/delante/centro/cerca/a la derecha, negativa hacia abajo/detrás/periferia/lejos/a la izquierda. Las metáforas que identifican lo temporal y lo afectivo con lo espacial son muy frecuentes en el discurso económico.

A continuación ofrecemos algunos ejemplos de las metáforas orientacionales encontradas en el corpus, ya que desempeñan un papel de evaluación importante en los textos económicos (positivo y/o negativo):

*El capital podría ascender;
 El banco está ultimando una ampliación;
 Volver a la senda de crecimiento;
 Subidas del euríbor;
 La salida del túnel (=de la crisis);
 Salir al rescate de los bancos;
 El sector que se erigía como la actividad más en forma;
 Vivir una caída en picado; caída de viviendas; caída de beneficios;
 caída de consumo; caída inmobiliaria;
 Constatar una caída en el sector de la construcción;
 Desaceleración profunda de la economía;
 Sus títulos están en caída libre;
 Una evolución a la baja;
 Daño colateral;
 Las pérdidas viven las horas bajas;
 El dinero escapa;
 Sufrir descensos drásticos;
 Economía retrocede; la recesión económica;
 Advertir un parón en seco de los préstamos.*

Como se ve, son numerosas las metáforas espaciales que aluden a la percepción negativa, crítica y amenazadora dada la situación económica del momento. Aparecen varias metáforas espaciales que intentan apaciguar la situación aludiendo al retomo de equilibrio y estabilidad (*tener un presupuesto en equilibrio; alcanzar equilibrios políticos; este circuito se está quebrando*). Evidenciamos el papel psicológico de la metáfora espacial como un mecanismo cognitivo.

Las metáforas ontológicas son formas de considerar acontecimientos, actividades, emociones, ideas, etc. como entidades y sustancias, y sirven a efectos diversos. Como afirman Lakoff y Johnson (2005: 63), «las metáforas ontológicas más obvias son aquellas en las que el objeto físico se especifica como una persona. Esto nos permite comprender una amplia diversidad de experiencia». En el discurso económico aparecen estas metáforas sobre todo en la forma de personificación. El uso de la personificación sigue los fines ideológicos y pragmáticos de reconocer la situación económica grave sin asumir la responsabilidad, darle vida a los hechos y presentarlos de manera afectiva y a veces dramática, haciéndolos actuar como personas. No es el banquero ni el político, sino la hipoteca la que causa las pérdidas y el malestar de los ciudadanos. No son ni los economistas ni los analistas financieros los que no preveían el colapso del mercado inmobiliario; es la crisis y las tasas negativas del mercado. El factor psicológico de persuasión desempeña, por tanto, un papel crucial en el empleo de las metáforas ontológicas en el discurso económico. Pongamos algunos ejemplos más destacados de nuestro corpus:

- 1) Hipotecas/préstamos:
las hipotecas locas; la hipoteca provoca pérdidas; el volumen se ha ido engordando; el encarecimiento de los préstamos golpea a las familias; sueldo minado por la hipoteca;
- 2) Crisis:
la crisis obliga... y deja 650 000 pisos sin vender; pone de rodillas a las empresas; el sector sufre la crisis directamente en sus carnes; la crisis corre más que la medicina; la crisis es la tormenta con tres frentes activos; la crisis ha secado los mercados; la crisis no se lleva bien con sus burbujas;
- 3) Instituciones bancarias:
Wall Street dictará sentencia mañana; las entidades financieras golpeadas por la crisis; los bancos no gozan de buena salud;
- 4) Economía:
Economía española es la oveja negra; la economía presenta su escenario sombrío; economía espera crecimientos modestos; la economía recibe un tortazo; las ventas del piso se han desplomado; las ventas de automóviles no arrancan; el PIB está perdiendo fuelle; la cifra se tambalea; la tasa

interanual aún resiste; el EURÍBOR se dispara al 5,4%; los tipos de interés estrangulan la economía europea.

El último tipo de metáforas que hemos analizado en nuestro corpus son las metáforas conceptuales, que se pueden definir como *mental mappings* de un dominio concreto, *source domain*, a un dominio abstracto, *target domain* (Lakoff; Johnson: 1980). La pregunta principal es cómo podemos identificar en un texto específico la estructura de sus relaciones metafóricas. Antes de todo, debemos comprender el texto desde el punto de vista de su recepción. En nuestra opinión, la decodificación del texto depende de cómo el receptor del texto ve y entiende la interacción entre las conceptualizaciones metafóricas cotidianas y su configuración discursiva en un texto especializado. Como aclaran Lakoff y Johnson (1980), al analizar la metáfora, es importante fijarse en la distinción entre el concepto metafórico o metáfora conceptual y su realización lingüística. El nivel conceptual es organizado jerárquicamente en las claves conceptuales, las metáforas conceptuales y las metáforas. He aquí un ejemplo de nuestro corpus con la mencionada jerarquía (concepto metafórico y su realización lingüística).

Economía es un ser humano —el mercado afectado por la crisis es un paciente— síntomas de recesión; contener la hemorragia por la vía de la inyección del capital; el mercado no goza de buena salud; un mercado paralizado.

Charteris-Black (2004) combina esta teoría conceptual de la metáfora estructural con los principios del análisis crítico del discurso para aumentar nuestra conciencia y sensibilidad de las relaciones sociales que interactúan y que son reforzadas por el uso de las metáforas. Como señala él mismo:

La teoría completa de la metáfora asimismo tiene que incorporar la perspectiva pragmática que interprete la selección de la metáfora en relación a la FINALIDAD DEL USO dentro del CONTEXTO DEL DISCURSO ESPECÍFICO (Charteris-Black, 2004: 247)¹.

La semántica cognitiva es, pues, apoyada por un análisis detallado del corpus con el fin de comprender cómo la selección de una metáfora para ciertos tipos de discursos llega a definir un modelo del discurso metafórico. El análisis propuesto por Charteris-Black (2004) estudia por qué una metáfora debería ser preferida a otra en un texto económico para alcanzar determinado fin ideológico y pragmático. El aspecto ideológico es muy importante en los textos económico-financieros divulgados por la prensa, de ahí que el uso metafórico de la lengua sea un modo clave de anunciar y comentar los hechos económicos. El ejemplo típico es la hipérbole, es decir, figura retórica que consiste en exagerar la realidad. Se

¹ La traducción es de Veronika de Azevedo Camacho.

puede observar en los ejemplos de metáforas que aluden a la crisis, del dominio conceptual de las catástrofes naturales: un tsunami, una avalancha, un terremoto, etc. A continuación presentamos una tabla que resume las metáforas conceptuales encontradas en los artículos de prensa estudiados, junto con sus palabras clave y en orden cronológico de aparición.

Metáforas conceptuales (**palabras clave**):

La situación económica en crisis es un **paciente**:

Tratamiento médico; diagnóstico; recuperar; inyectar; virulencia; sanear; dolor de cabeza; estabilizar; agravar; inmunidad; sano; agonía; paliar; malestar; metástasis; padecer.

La situación económica en crisis ha entrado en una **guerra/batalla**:

Maltrato; conflicto; salvar; rescate; golpear; víctimas; batalla; pérdida; escapar; sufrir; rematar; resistir; retroceder; bomba; desarmado; movilizar; atacar; pistoletazo.

La crisis y los mercados se mueven por **vías marítimas**:

Navegantes; mares; anclado; reflotar; barco; lastre; salvavidas; cauce; palo; vela; hundirse.

La situación económica en crisis es un **desastre natural**:

Tormenta; tsunami; ojo de huracán; terremoto; tempestad; sequía; avalancha; temblar; abismo; derrumbe.

La crisis y los mercados **se mueven por tierra (medios de transporte)**:

Frenar; arrancar; motor; túnel; travesía; locomotora; ralentizar; aceleración; circular; velocidad; conducir.

La crisis y los mercados **se mueven por vía aérea (medios de transporte)**:

Turbulencias; caída libre; corriente; nubes; catapultar; la palanca; embarcar.

La situación económica en crisis es una **pieza de teatro**:

Escenario; drama; crescendo; espectáculo; debacle; estrella; batuta; aplaudir.

Podemos afirmar que las tres claves conceptuales básicas establecidas por Charteris-Black (2004) corresponden a las metáforas conceptuales de nuestro corpus. Son las siguientes: 1) la economía es un ser humano; 2) los problemas económicos son desastres naturales; 3) los cambios del mercado son movimientos físicos. La identificación de claves conceptuales que enlazan dominios experienciales activados por el texto, al conceptualizar sucesos como la crisis económica, nos permite explorar la interacción entre

conceptualizaciones metafóricas y sus configuraciones específicas. Así, la interfaz entre cognición y discurso muestra la utilidad de descubrir en el texto la relación entre la conceptualización humana universal, la experiencia social y la estructura del discurso (Pontorotto, 2007).

Para complementar la lista de los diferentes recursos de persuasión en relación con el uso de las diferentes figuras retóricas en los textos estudiados, no se puede omitir el estudio de los eufemismos, puesto que a menudo no son las palabras las que modelan la mente de las personas y sus actitudes sino los conceptos denominados en términos diferentes y suavizados. El uso de los eufemismos en el discurso económico persigue varios objetivos, sobre todo el persuasivo, el de presentar nuestro mensaje de forma «políticamente correcta» o de esconder los hechos reales, de hacer la realidad más tolerable y, como señala Russo (2004), el de dar una denominación técnica o genérica a un determinado concepto. Además, en los tiempos de crisis, el uso de los eufemismos aumenta considerablemente, según advierte también Mars: «Los eufemismos forman parte del discurso público desde que este existe, pero las épocas de crisis pueden llevar el abuso de esta figura al límite de lo cómico o, a veces, de lo cínico» (Mars, 2012: 1).

A continuación vamos a presentar algunos ejemplos más llamativos y demostrativos de lo dicho, tomados de nuestro corpus. Primero conviene mencionar las expresiones que representan un giro lingüístico para alcanzar cierto grado de persuasión y atenuar la realidad negativa:

Crisis:

Escenario de dificultad; período de ajuste fuerte; desaceleración profunda de la economía; turbulencia financiera; la debacle del mercado inmobiliario; frenazo económico; incertidumbre económica;

Quiebra de bancos:

creciente deterioro; la sequía crediticia.

En los siguientes ejemplos podemos observar la antífrasis:

una evolución a la baja (= crisis); crecimiento negativo; es una posibilidad nula.

Otro uso de los eufemismos está relacionado con la corrección política: afirmar algo malo es negar algo positivo:

Refundar el capitalismo (= cambiar todo para que nada cambie); tener una contribución menos negativa (= empezar a resolver la crisis económica del país); la situación es mucho peor que delicada; el impacto del paro puede dejar el crecimiento en punto muerto; son efectos que se dejarán sentir en los índices de confianza.

Por último, veamos cómo se puede crear un efecto nebuloso en la comunicación recurriendo a la ambigüedad:

Cielo encapotado sobre el sol y la playa española (= crisis del turismo);
ahora toca bocata en la playa (= el consumo en restaurantes disminuye);
el ladrillo no ve la luz (= baja el sector de la construcción);
la economía se despide de una de las etapas más hoyantes (= entra en crisis);
la prioridad es poner la casa a punto (= poner la banca fuerte);
la bola de nieve que nadie paró (= crisis de diciembre);
existe posibilidad de una leve contracción (= primeros síntomas de crisis).

Para concluir, podemos afirmar que según nos expresamos, logramos causar un impacto u otro. El fin puede ser trasladar una determinada imagen a los ciudadanos que no saben mucho de economía, ya que, como se ha dicho, los eufemismos son especialmente frecuentes ante la mala marcha de aquella.

Como hemos podido ver en los ejemplos arriba mencionados, hay también eufemismos de difícil transferencia a otros idiomas. Al mismo tiempo, hemos encontrado varias metáforas culturales cuya incorporación (y traducción, si se trata de calcos del inglés) al texto económico requiere un conocimiento de la situación socio-política, económica e intercultural. Ejemplos:

...como gota malaya, están minando la confianza...; el impuesto, Robin Hood'; cielo encapotado sobre el sol y playa español; la doble cortina de Madoff; Wall Street inició una de esas montañas rusas que mezclan euforia y espectáculo.

Como se ha podido observar, una de las formas más productivas a la que recurren los economistas para denominar nuevos conceptos son los tropos y las figuras propias del estilo literario. Son recursos valiosos para la comprensión de nuevas ideas mediante alusiones y analogías a fenómenos de la vida cotidiana. Analizamos numerosos ejemplos de la metáfora, símil, hipérbole, metonimia y personificación. Sobresale su concisión, porque se trata de tropos simples que ofrecen la correspondencia de imagen y concepto. Podemos resumir afirmando que la metáfora en los textos que abarcan temas económicos desempeña varios papeles, el semántico al crear nuevos significados, el cognitivo al fomentar nuestro conocimiento a base de la analogía, y el pragmático cuando intenta ofrecer e inducir evaluaciones. Es un medio para conseguir fines persuasivos e ideológicos, muy propio del discurso estudiado. En este sentido el análisis de la metáfora conceptual se ha demostrado como un instrumento sumamente útil para comprender la relación entre la conceptualización universal humana, la experiencia social y la estructura del discurso. La aplicación del análisis basado en el corpus y la interacción de los dominios conceptuales nos ha ayudado a ver en detalle los niveles conceptuales de metáforas y su relación con la ideología subyacente.

Résumé. Figurativní jazyk v ekonomickém diskurzu. Tento článek se zabývá úlohou figurativního jazyka v ekonomickém diskurzu. Korpus tvoří novinové články nedělní ekonomické přílohy deníku *El País* - “Negocios” z roku 2008, kdy bylo Španělsko významně zasaženo světovou ekonomickou krizí. Cílem je charakterizovat a doložit sémantickou, kognitivní a pragmatickou koncepci figur a tropů, a to především ve vztahu k teorii konceptuálních metafor a jejich užití v ekonomických publicistických textech.

Bibliografía

- BOBES, Carmen (2004). *La metáfora*. Madrid: Gredos.
- CHARTERIS-BLACK, Jonathan (2004). *Corpus Approaches to Critical metaphor Analysis*. London: Palgrave Macmillan.
- CHARTERIS-BLACK, Jonathan; ENNIS, Timothy (2001). “A Comparative Study of Metaphor in Spanish and English Financial Reporting” [online]. *English for Specific Purposes*, 20(3), pp. 249–266, 001 [cit. 2016]. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/223082832>
- DE ARAÚJO, Mariangela (2008). “A terminologia da economia: algumas reflexões sobre a sinonímia nos textos especializados”. In: CABRÉ, María Teresa; BACH, Carme; TEBÉ, Carles (eds.). *Literalidad y dinamicidad en el discurso económico*. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada. Universitat Pompeu Fabra, 2008, pp. 248–261.
- FRANK, M. Roslyn (2009). “Shifting Identities: Metaphors of Discourse Evolution”. In: MUSOLFF, Andreas; ZINKEN, Jörg (eds.). *Methaphor and Discourse*. London: Palgrave Macmillan, 2009, pp. 173–189.
- KÖVECSES, Zoltán (2009). “Metaphor, Culture, and Discourse: The Pressure of Coherence”. In: MUSOLFF, Andreas; ZINKEN, Jörg (eds.). *Methaphor and Discourse*. London: Palgrave Macmillan, 2009, pp. 11–24.
- LAKOFF, George; JOHNSON, Mark (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- MARS, Amanda (2012). “No digan recortes, llámenlo amor” [online]. *El País*, 05/03/2012 [cit. 2016]. Disponible en: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/03/05/vidayartes/1330979259_557017.html

- MONZÓ, Esther (2005). “Reeducación y desculturalización a través de géneros en traducción jurídica, económica y administrativa”. In: GARCÍA IZQUIERDO, Isabel (ed.). *El género textual y la traducción*. Bern: Peter Lang AG, European Academic Publishers, 2005, pp. 69–92.
- ORDÓÑEZ SERÓN, Inmaculada (2005). “La traducción de la metáfora en los textos financieros: estudio de caso” [online]. In: *Traducción y cultura*. Dialnet, pp. 205–250 [cit. 2016]. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=276414>
- PONTEROTTO, Diane (2007). “Conceptual Metaphor and Text Development: a Narratological Perspective”. *Cultura, Lenguaje y Representación. Revista de Estudios Culturales de la Universitat Jaume I.*, Vol. V, 2007, pp. 59–73.
- RAMACCIOTTI GIORGIO, Sandra (2012). “La metáfora en el discurso macroeconómico – sentido y expresividad” [online]. *E-revistas*, No. 8, 2012, pp. 65–79 [cit. 2016]. Disponible en: <http://seer.ufrgs.br/index.php/riterm/article/view/29883>
- RAMACCIOTTI, Sandra (2008). “La metáfora como elemento constitutivo del discurso económico. Una aproximación desde el análisis de texto”. In: CABRÉ, María Teresa; BACH, Carme; TEBÉ, Carles (eds.). *Literalidad y dinamicidad en el discurso económico*. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada. Universitat Pompeu Fabra, 2008, pp. 169–176.
- RAMOS GUERRERO, Gloria (2008). “Neología y campos de especialidad en prensa”. In: CABRÉ, María Teresa; BACH, Carme; TEBÉ, Carles (eds.). *Literalidad y dinamicidad en el discurso económico*. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada. Universitat Pompeu Fabra, 2008, pp. 300–324.
- ROJO LÓPEZ, Ana María; ORTS LLOPIS, Maria Angeles (2008). *Conceptual Metaphors and Translation: A Comparative Study of Metaphors in English and Spanish Financial Reports* [online]. Dialnet [cit. 2016]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2989401>
- RUSSO, Adriana (2008). “Dificultades prácticas en el desarrollo de la terminología económica orientada a la traducción”. In: CABRÉ, María Teresa; BACH, Carme; TEBÉ, Carles (eds.). *Literalidad y dinamicidad en el discurso económico*. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada. Universitat Pompeu Fabra, 2008, pp. 11–56; 291–298.
- SAMANIEGO FERNÁNDEZ, Eva (1996). *La traducción de la metáfora*. Valladolid: Secretariado de publicaciones e intercambio científico Universidad de Valladolid.
- SÁNCHEZ MANZANARES, M.^a del Carmen (2008). “Uso de términos de la economía definidos en un diccionario de lengua”. In: CABRÉ, María Teresa; BACH, Carme; TEBÉ, Carles (eds.). *Literalidad y dinamicidad en el discurso económico*. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada. Universitat Pompeu Fabra, 2008, pp. 234–247.
- SANTIBÁÑEZ, Cristián (2009). “Metáforas y argumentación: Lugar y función de las metáforas conceptuales en la actividad argumentativa” [online]. *Revista Signos*, 2009, 42(70), Valparaíso, pp. 245–269 [cit. 2016]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342009000200005>.
- STERN, Josef (2000). *Metaphor in Context*. Cambridge, MA: MIT Press.

WHITE, Michael; HERRERA, Honesto (2009). “How Business Press Headlines Get Their Message Across: A Different Perspective on Metaphor”. In: MUSOLFF, Andreas; ZINKEN, Jörg (eds.). *Metaphor and Discourse*. London: Palgrave Macmillan, pp. 135–152.

Fuentes primarias:

El País [online]. [cit. 20.04.2008–31.12.2008]. Disponible en: <http://elpais.com/diario/>

Veronika de Azevedo Camacho
Ekonomicko-správní fakulta
Masarykova univerzita v Brně
Žerotínovo náměstí 9
601 77 BRNO
República Checa