

El uso de metáforas en el discurso económico:

Breve análisis sobre el modo en que las crisis sanitarias permean la información

sobre cuestiones económicas

Stefanía Arianna Busquet¹

Escuela Normal Superior en Lenguas Vivas “Sofía Broquen de Spangenberg”

✉ stefania.busquet@gmail.com

Recibido: 10/5/2021

Aprobado: 30/7/2021

Resumen

Este trabajo surge de la tesina presentada en el marco de la Especialización en Traducción Empresarial en Idioma Inglés de la Universidad Católica Argentina. Dado que el discurso económico, por su marcado dinamismo, sigue introduciendo nuevos términos y conceptos metafóricos, este trabajo analiza algunos aspectos en torno al uso de la metáfora en el lenguaje de la economía que siguen generando interés. Es posible afirmar que los hechos de la vida diaria suelen repercutir en las comunicaciones económicas, y el uso de un determinado dominio fuente para el mapeo metafórico en las comunicaciones económicas puede aumentar cuando ese dominio, por diversas razones, prevalece en la experiencia cotidiana. Entonces, en el contexto de la crisis económica actual a causa de la emergencia sanitaria de la COVID-19, ¿qué dominios conceptuales

¹ *Stefanía Arianna Busquet* es Traductora Técnico-Científica y Literaria e Intérprete en Idioma Inglés y obtuvo el título de posgrado de Especialista en Traducción Empresarial en Idioma Inglés. Se dedica a la traducción de textos empresariales especializados, específicamente en los económico-financieros, y a la traducción audiovisual.

utilizan los analistas económicos para transmitir las consecuencias económicas de las pandemias? ¿Podemos afirmar que las implicaciones metafóricas estructurales de la salud y la medicina son las que predominan? Creemos que las respuestas a estas preguntas son muy importantes para el traductor de textos económico-financieros, ya que al traducir un sintagma metafórico debe tenerse en cuenta la equivalencia de efectos, más allá del método utilizado para traducirla.

Palabras clave: metáforas, discurso económico, dominios conceptuales, mapeo metafórico, crisis sanitarias

Abstract

This paper arises from the final work presented in the context of the Postgraduate Course in Business Translation at *Universidad Católica Argentina*. The economic discourse is highly dynamic, and it keeps adding new metaphorical terms and concepts, this paper analyzes some interesting aspects regarding the use of metaphors in economic texts. It is possible to affirm that daily life events affect economic communications, and the use of a particular source domain for the metaphorical mapping in economic texts may emerge when this domain, for various reasons, prevails in everyday life. Therefore, against the backdrop of the current economic crisis brought about by the COVID-19 public health emergency, what conceptual domains do economic analysts use to communicate the economic consequences of this pandemic? Do the structural metaphors of health and medicine prevail? We believe the answers to these questions are paramount for translators of economic-financial texts, as they should consider both the equivalence of effects and the method of translation used.

Keywords: metaphors, economic discourse, conceptual domains, metaphorical mapping, public health crisis

Introducción

Knowing is nothing but working with one's favorite metaphors.

Friedrich Nietzsche

Históricamente se consideró la metáfora como un elemento netamente literario y ornamental. Existe una noción generalizada de que su verdadero origen reside en la literatura y las artes y que es la creatividad de los poetas y los artistas la que provee los ejemplos de las metáforas más auténticas.

La retórica tradicional clasificaba a la metáfora entre los tropos definiéndola como una figura por medio de la cual se transporta el significado propio de una palabra a otro significado que solamente le conviene en virtud de una comparación que reside en la mente. Se trataría de un uso figurado.

Para la retórica clásica, la metáfora se considera una simple extensión de sentido, un simple movimiento nominal que traslada el nombre de una cosa a otra distinta, con lo cual su única función es la de adornar el lenguaje para hacerlo más persuasivo e intensificar su cariz emocional.

Según Ricoeur (2001), “la metáfora tendrá sus enemigos, quienes, con una interpretación que podemos llamar tanto cosmética como culinaria no verán en ella más que un simple adorno y puro deleite” (p. 18). Este autor afirma que la metáfora comporta una innovación semántica y cumple una función heurística. La metáfora es creadora de sentido, es portadora de una nueva significación. Al ser puestos en contacto términos incompatibles entre sí, de acuerdo con las clasificaciones usuales, se genera una significación inédita.

Por otra parte, la definición aristotélica de la metáfora se basa en una semántica que toma la palabra o el nombre como unidad de base. Aristóteles (1946) define la metáfora como “la transferencia del nombre de una cosa a otra; del género a la especie, de la especie al género o según analogía” (p. 32). Además, su análisis se sitúa en el cruce de dos disciplinas: la retórica y la poética.

La metáfora en Aristóteles pertenece a los dos campos. La retórica fue, en principio, una técnica de la elocuencia, su objetivo era persuadir, pero esta función no abarcaba todos los usos del discurso. La poética era uno de los campos excluidos por la retórica. Este era el arte de componer poemas, no era elocuencia, no buscaba persuadir. Poesía y elocuencia dibujaban dos universos de discurso distintos, y la metáfora tenía un pie en cada campo.

Umberto Eco (1984) manifestó lo siguiente:

Cualquier teorización de la metáfora surge de una elección radical: a) o bien el lenguaje (y cualquier otro sistema semiótico) es un mecanismo regido por reglas, una máquina predictora que dice qué frases se pueden generar y cuáles no, y cuáles de las que es posible generar son buenas o correctas o provistas de sentido; una máquina con respecto a la cual la metáfora constituye una ruptura, una disfunción, un resultado inexplicable, pero al mismo tiempo el impulso para la renovación del lenguaje; b) o bien el lenguaje es por naturaleza u originariamente metafórico, y el funcionamiento de la metáfora establece lo que es la actividad lingüística y, por lo tanto, toda regla o convención surge con el fin de reducir (y empobrecer) el potencial metafórico que define al hombre como animal simbólico. (p. 88)

En los últimos años, a raíz del surgimiento de los estudios sobre la lingüística cognitiva, que concibe el lenguaje como una capacidad integrativa dentro de las tareas cognitivas propias del

hombre y una herramienta de representación, comunicación e interacción entre los individuos, descubrimos que el lenguaje y el sistema conceptual de todos los días contribuyen a la creatividad de los genios artísticos.

Para la lingüística cognitiva, la forma fundamental del entendimiento humano es un proceso metafórico. La mente comprende una idea por comparación o en términos de algo que ya conoce. Dos de los más grandes exponentes de esta corriente, George Lakoff y Mark Johnson (1980), exponen la creencia de que el origen de la metáfora no es lingüístico, sino que debemos buscarlo en nuestro sistema conceptual, que da cuenta de los rasgos característicos de nuestra cultura (p. 3). Por lo tanto, es la mente humana la que suele estructurar el mundo a su alrededor a través de la metáfora, y el lenguaje cataliza este proceso. La metáfora permea en la vida diaria y desempeña un rol indispensable a la hora de definir la manera en que las personas perciben el mundo y cómo reaccionan a él.

Estos autores también afirman que la metáfora es un concepto con consecuencias multidisciplinares, y su uso se ha expandido a virtualmente cada aspecto del pensamiento humano: ciencia física y biológica, economía, derecho, política, psicología, arte, filosofía, negocios, moralidad e incluso la poesía.

La economía, en particular, atraviesa la vida cotidiana en todos los sectores sociales de una manera muy evidente, especialmente en estos tiempos de globalización. Es en torno al funcionamiento y el desempeño de la actividad económica que se rige la vida diaria de las personas, que se definen los destinos de los países en todo el mundo y que se adoptan las medidas que toman los líderes mundiales, solo para mencionar algunos aspectos.

Asimismo, a raíz de las crisis económicas y las turbulencias en los mercados financieros, el área de las políticas públicas es uno de los principales temas de cobertura que suscita gran interés en los medios. Términos económicos como inflación, PBI, déficit, superávit, tasas de interés, entre otros, son parte del lenguaje cotidiano y de las conversaciones diarias de las personas, porque forman parte de nuestra realidad y se constituyen en noticias clave en los medios de comunicación.

En esta era de globalización, existe una internalización del idioma inglés que se extiende cada vez más. Este idioma se ha convertido en el medio internacional de comunicación hace ya muchos años, y el periodismo económico ha optado por utilizarlo en su terminología estandarizada para difundir sus noticias al mundo.

Esto no es casual, por supuesto. A nivel geopolítico, los países tienen distintos tipos de relaciones. La interrelación entre países de distinto nivel de desarrollo supone, casi automáticamente, un determinado grado de subordinación en todos los niveles, incluso en el lingüístico. Y es este “poder lingüístico” el que gravita naturalmente en el área de las finanzas, a partir de la apertura de los sistemas financieros del mundo, la puesta en marcha de políticas públicas, el desarrollo de operaciones financieras, etc.

La economía y, en particular, los mercados financieros son un ámbito profundamente globalizado y, por ende, todos los países conectados a su red participan de un mismo código de representación.

El lenguaje especializado de la economía y las finanzas, como todo código de representación, es importante para la transmisión del conocimiento especializado. Así, “debemos enmarcarlo en el lenguaje especial/lenguaje técnico y, por lo tanto, es preciso utilizar la terminología correcta” (Roman Jakobson, 1988, p. 28).

Es la terminología estandarizada el elemento que permite diferenciar las lenguas de especialización de la lengua común y que posibilita lograr una comunicación coherente y cohesiva, tanto escrita como oral. Según Álvarez García (2010), “el lenguaje económico se caracteriza por el uso de una terminología profusa y por el empleo copioso de fraseología y colocaciones” (p. 282).

Los periodistas, escritores especializados, analistas, expertos, entre otros, buscan describir, explicar, transmitir e informar, a sus pares o al público, los sucesos económicos mundiales. Así, ellos suelen recurrir a frases metafóricas, a través de las cuales desgranar los conceptos más abstractos de la economía y los transmiten de manera más concreta mediante el mapeo de significados que este proceso implica.

Por otra parte, el estudio de las frases metafóricas debe tomarse en cuenta para todos aquellos interesados en formarse como traductores e intérpretes de la combinación de idiomas inglés$\langle\rangle$español, ya que la terminología económica se crea en inglés y el desarrollo de la terminología económica en español está inexorablemente vinculado a la traducción. Por lo tanto, es condición indispensable para comprenderla poseer experiencia en su localización, comprensión y análisis. Los profesionales especializados de la traducción y la interpretación deben poseer una competencia paralela al del especialista en la materia para poder lograr concisión, naturalidad y fluidez en el texto de llegada.

Sandra Ramacciotti (2008) afirma que “la traducción de textos financieros suele ser abordada con aprensión, debido a su aparente complejidad y aridez” (p. 407). Todos aquellos que deciden formarse en el campo de la traducción y la interpretación han escuchado hasta el cansancio que no es una tarea sencilla, que no solo se trata de traspasar palabras de un idioma a otro, que el

discurso económico requiere traducciones que no recurran al literalismo. Debemos entonces emplear el conocimiento previo en la materia y la experiencia para buscar el mejor método de traducción y lograr que el mensaje del texto original pueda atravesar esa barrera lingüística. Las palabras y los términos no deben considerarse de forma aislada, sino parte de un entramado más amplio que, con frecuencia, activará un significado adicional o particular para esa palabra.

En su labor profesional, los traductores, intérpretes y mediadores lingüísticos, entre otros, se ven inmersos en contextos donde existe un uso profuso de metáforas y, dado que la terminología posee un valor unívoco y monosémico dentro del texto, es importante poder encontrar equivalentes funcionales naturales a través de diversas estrategias, métodos, interpretaciones y elecciones a realizar al momento de abordar un encargo de traducción.

Objetivo del trabajo

Este trabajo se emprende en el contexto de la crisis económica provocada por la emergencia sanitaria de la COVID-19. Dado que el discurso económico, por su marcado dinamismo, sigue introduciendo nuevos términos y conceptos metafóricos, este trabajo pretende analizar algunos aspectos en torno al uso de la metáfora en el lenguaje de la economía que siguen generando interés. Incluirá un breve análisis del discurso económico en inglés británico y estadounidense, que se encuentra impregnado de una extraordinaria cantidad de metáforas y que, con frecuencia, pueden plantear ciertos desafíos a la hora de interpretar, redactar o traducir los textos.

El estudio pondrá énfasis en el análisis de las metáforas en el discurso económico relacionadas con las crisis sanitarias causadas por distintos virus: la epidemia del síndrome respiratorio agudo grave de 2002-2004 (SARS, por sus siglas en inglés), la pandemia de gripe A

de 2009-2010, causada por una variante del virus de la influenza (H1N1) y la pandemia de la COVID-19, una enfermedad causada por el coronavirus SARS-CoV-2, que inició su expansión en 2019-2020.

Es posible afirmar que el uso de un determinado dominio fuente para el mapeo metafórico en las comunicaciones económicas puede aumentar cuando ese dominio, por diversas razones, prevalece en la experiencia cotidiana. Ante un acontecimiento que afecta la realidad y atraviesa nuestra experiencia, los campos de especialidad suelen adoptar, “tomar prestados” en sus discursos los dominios conceptuales que están más presentes en la vida diaria en ese determinado momento. Por ejemplo, durante la crisis inmobiliaria estadounidense de 2008-2009, el discurso económico en los medios de comunicación recurría a la metáfora estructural LA ECONOMÍA ES UN EDIFICIO y, desde sus implicaciones metafóricas, se representaba su desmoronamiento. A partir de ella, se describía el panorama económico de la época, no solo para los Estados Unidos, sino para el mundo. En el evento de algún desastre natural, como un terremoto o tsunami, las noticias sobre la economía y las políticas públicas suelen reflejar que LA ECONOMÍA ES UN DESASTRE NATURAL. En esta misma línea, durante una crisis sanitaria, el discurso económico recurre, entre otros, a los conceptos de enfermedad/salud y suele representarlo de la siguiente manera: LA ECONOMÍA ES UN PACIENTE, LA SOCIEDAD ES UN CAMPO DE BATALLA y EL MUNDO ES UN ESCENARIO APOCALÍPTICO O DISTÓPICO.

Si asumimos que la metáfora es una herramienta central de nuestro sistema cognitivo, la enfermedad y la salud pueden concebirse como dominios conceptuales concretos dominantes y ubicuos a partir de los cuales pueden desarrollarse implicaciones metafóricas que buscan explicar nociones y conceptos abstractos de la economía, y estos pueden predominar en los textos de este

campo de especialidad cuando se hacen presentes en la realidad de una sociedad. En este sentido, Richard Gwyn (1999) afirma:

The body and its illnesses serve as a perfect locus for the investigation of our most involved and expressive emotions and language. “Sickness”, as Scheper-Hughes and Lock (1986) remind us, “is a form of communication through which nature, society and culture speak simultaneously”. It is in that simultaneity that metaphor thrives. (p. 220)

Áreas de investigación

Entonces, si los hechos de la vida diaria suelen repercutir en las comunicaciones económicas, ¿qué grado de influencia tiene esto en tiempos de crisis sanitarias? ¿Qué dominios conceptuales utilizan los analistas económicos para transmitir las consecuencias económicas de las pandemias? ¿Podemos afirmar que las implicaciones metafóricas estructurales de la salud y la medicina son las que predominan? Todas estas cuestiones se abordarán en el análisis presentado en este trabajo.

Estructura y desarrollo del trabajo

Las fuentes del corpus que se analizará están enmarcadas en dos contextos comunicativos distintos:

- La comunicación entre expertos, que, por lo general, se encuentra en artículos de revistas académicas o especializadas, en informes de organismos bancarios gubernamentales y entidades crediticias internacionales, entre otros.

- La comunicación entre los expertos y la comunidad semiespecializada, que se presenta en artículos periodísticos de países angloparlantes publicados en revistas más especializadas y diarios de alta circulación.

Para la recopilación del material se tomarán como principales referencias las siguientes fuentes especializadas, entre otras consultadas:

- Publicaciones británicas como *The Economist*, una publicación semanal en lengua inglesa, con sede en Londres, que aborda la actualidad de las relaciones internacionales y de la economía desde un marco global, y periódicos estadounidenses como *Wall Street Journal* y *New York Times*, con sede en Nueva York, enfocados en economía y negocios.

- Organizaciones como Bloomberg, una compañía estadounidense de asesoría financiera, *software*, servicios de datos e información bursátil; World Bank Group, una organización multinacional especializada en asistencia financiera y técnica para los llamados países en desarrollo; y el International Monetary Fund, una organización financiera internacional con sede en Washington, Estados Unidos, que ofrece noticias, enlaces, publicaciones, artículos, novedades e información sobre el funcionamiento del fondo y la actualidad.

A partir de la observación de las metáforas en el discurso económico en inglés, se tomarán frases o sintagmas metafóricos en inglés, ya sistematizados, y, de ser posible, se compararán con sus equivalentes en español. Se analizarán las estrategias y los procedimientos de traducción utilizados para determinar si se mantuvo la literalidad o si se preservó solo la idea realizando un cambio de categoría gramatical y qué dominios fuente y meta se utilizaron en ambos idiomas. En algunos casos, se ofrecerán alternativas de traducción.

Procuraremos, asimismo, proporcionar una perspectiva en torno al modo en el que los sucesos importantes (como los desastres naturales, las crisis sanitarias, las pandemias, entre otros) permean al lenguaje de la economía, la manera en la que las distintas comunidades metaforizan la realidad según sus convenciones culturales o lingüísticas, y el proceso a través del cual las metáforas moldean el pensamiento de una época; en relación con esto, existen investigaciones que han demostrado que la exposición a ciertas metáforas puede tener un profundo efecto en el modo en que se percibe la realidad.

En términos generales, se buscará responder a los interrogantes que se presentan cuando un traductor está cara a cara con un texto que contiene metáforas: ¿cómo se traducen? ¿Existe una metáfora equivalente? ¿Se busca utilizar la misma metáfora o una metáfora del mismo campo? ¿El lector de la cultura meta lo entenderá del mismo modo que el de la cultura fuente? ¿El lenguaje utilizado en estos textos refleja el sentimiento o el modo de pensar de un grupo social determinado? ¿Qué aspectos geopolíticos debemos tener en cuenta?

Creemos que las respuestas a estas preguntas son muy importantes para el traductor de textos económico-financieros, ya que al traducir un sintagma metafórico debe tenerse en cuenta la equivalencia de efectos, más allá del método utilizado para traducirla.

Evolución de la lingüística cognitiva

La razón ha ocupado un papel primordial en los estudios filosóficos durante muchos siglos, dado que se ha considerado característica fundamental y distintiva de los seres humanos. Gracias a la razón, tenemos la capacidad de realizar procesos inferenciales, resolver problemas, evaluar, criticar, comprendernos a nosotros mismos, a los demás y el mundo circundante.

Según Lakoff y Johnson (1999), la concepción que teníamos sobre la razón a lo largo de los últimos milenios ha sufrido cambios. La razón ya no se sitúa por fuera del cuerpo, sino que los avances en los estudios neuropsicológicos nos han permitido probar que esta, al igual que otras funciones superiores, depende del funcionamiento del cerebro, del cuerpo, y de la posibilidad de experimentar el mundo (p. 4).

La mente se modifica a partir de la experiencia que cada individuo tiene del mundo, a pesar de ser el producto de mecanismos corporales y cerebrales inconscientes. La mente es corpórea y, por ende, también lo son los sistemas conceptuales que surgen de ella. Esa corporeidad le otorga al cerebro una función esencial, ya que es este el que hace posible, además de todas las funciones vitales, la razón, los conceptos y el lenguaje.

Este último es responsable de la configuración de los conceptos, de la abstracción e interiorización del mundo; quizás, podríamos afirmar que es el puente que une el mundo con la razón y la mente con el pensamiento, si acaso existiese una brecha bien delineada entre estos tres aspectos. Solo a partir del conocimiento que tengamos de nuestro inconsciente cognitivo, estamos en capacidad de conocernos, de entender nuestras acciones, nuestras creencias y nuestros valores.

En la segunda mitad del siglo XX, surge una nueva perspectiva, la del generativismo chomskiano, que propone la idea del carácter innato del lenguaje; por primera vez en la historia de la lingüística el lenguaje es analizado a partir de los procesos mentales que se llevan a cabo en el ser humano. Esta perspectiva fue capaz de demostrar de manera irrefutable que era imposible explicar comportamientos humanos tan complejos como el lenguaje humano sin recurrir a constructos mentales.

En 1955, George Kelly presentó la teoría de los constructos mentales o personales, cuya premisa era que las personas nunca conocen el mundo directamente, sino solo a través de imágenes que ellos crean del mismo. De esta forma, concibe al ser humano como un científico que construye y modifica, con la experiencia, sus conocimientos e hipótesis.

Los constructos, por lo tanto, son los mapas mentales que tenemos de la realidad, que nos invitan a comprender cómo cada uno de nosotros ve el mundo. Es decir, cómo las personas, a través de los constructos, dan un sentido a lo que observan y experimentan. Esta teoría defendía que, desde que nacemos, vamos desarrollando un conjunto de constructos personales. Estos son esencialmente representaciones mentales que usamos para interpretar eventos y dar significado a lo que ocurre y se basan en nuestras experiencias y observaciones.

Desde mediados de la década de los setenta, un grupo de lingüistas inició una reflexión en torno al lenguaje, haciendo hincapié en su aspecto semántico. De esta manera, figuras tales como George Lakoff (1980), Charles Fillmore (1976), Ronald Langacker (1987), entre otras, dieron apertura al paradigma lingüístico cognitivo, apoyados inicialmente en los desarrollos de la ciencia cognitiva, especialmente de la psicología.

La lingüística cognitiva se basa en las ciencias que intentan explicar la forma en que adquirimos el conocimiento y propone un nuevo horizonte de análisis lingüístico en la consolidación del lenguaje. El lenguaje es el reflejo de nuestros modelos cognitivos, es el resultado de habilidades cognitivas: la atención, la percepción, la memoria, el establecimiento de analogías, entre otras.

Según Lakoff (1987), el paradigma de la lingüística cognitiva implica un “compromiso cognitivo”, el lenguaje está unido a las otras facultades cognitivas, por tanto, deben estudiarse las

relaciones que se establecen entre el cerebro, la cognición y el lenguaje. Asimismo, considera que la ciencia cognitiva debe responder a los siguientes interrogantes:

Cognitive science is a new field that brings together what is known about the mind from many academic disciplines: psychology, linguistics, anthropology, philosophy, and computer science. It seeks detailed answers to such questions as: What is reason? How do we make sense of our experience? What is a conceptual system and how is it organized? Do all people use the same conceptual system? If so, what is that system? If not, exactly what is there that is common to the way all human beings think? The questions aren't new, but some recent answers are. (p. 10)

La lingüística cognitiva hace posible la destrucción de las barreras entre los que hasta ahora se han considerado componentes independientes de la gramática de una lengua: la sintaxis, la semántica, la pragmática, porque está a favor de un estudio integral del lenguaje en el que se tengan en cuenta no solo el referente y los participantes en el acto comunicativo, sino en el que se incluyan, además de los factores mencionados, la situación comunicativa, la forma del enunciado y, por supuesto, el sentido que ese enunciado adquiere.

Uno de los aspectos fundamentales sobre el cual la lingüística cognitiva ha concentrado su propuesta de análisis es la teoría de la metáfora.

La metáfora adquiere valor a partir de los esquemas cognitivos que posee cada sujeto. Su gran flexibilidad le permite ajustarse a los requerimientos cognitivos que plantea tanto la entidad objeto de conocimiento como el sujeto cognoscente, para poder así dar cuenta de las necesidades comunicativas de quien percibe esa realidad. En el proceso de comunicación, tanto los enunciados

metafóricos como los literales se procesan y se evalúan simultáneamente, y es el oyente quien se decide por aquel que se ajuste más a las necesidades que le plantea el contexto.

La interpretación metafórica no requiere exclusivamente del conocimiento lingüístico, sino que se basa más en el manejo de las presuposiciones, de los conocimientos previos y del contexto en el cual el enunciado se enmarca, o sea, depende de la competencia comunicativa.

Como se mencionó, la ciencia cognitiva se ocupa de la mente como fenómeno corpóreo, del pensamiento como proceso inconsciente y de la producción de conceptos abstractos a través del uso de metáforas.

Teoría de la metáfora: George Lakoff y Mark Johnson

En lo que atañe al tratamiento del lenguaje, concebido como fenómeno relacional integrado dentro de los procesos de cognición del hombre, la lingüística cognitiva formula, entre otros, un principio teórico fundamental: todo concepto está basado en una estructura denominada dominio conceptual, es decir, todo concepto debe estar contextualizado en una estructura dada por la experiencia humana. En otras palabras, la mente comprende una idea por comparación o en términos de algo que ya conoce.

Dos de los más grandes exponentes de esta corriente, George Lakoff y Mark Johnson (1980) exponen la creencia de que el origen de la metáfora no es lingüístico, sino que debemos buscarlo en nuestro sistema conceptual que da cuenta de los rasgos característicos de nuestra cultura (pp. 3-6).

En *Metaphors we live by*, que es uno de los trabajos más importantes de la lingüística cognitiva, Lakoff y Johnson (1980) brindan evidencia lingüística sobre los conceptos que rigen

nuestros pensamientos y afirman que no son solo cuestión del intelecto, sino que también rigen nuestro funcionamiento diario, hasta los detalles más mundanos. Asimismo, estos autores sostienen que, como nuestra comunicación se basa en el mismo sistema conceptual que usamos para pensar y actuar, el lenguaje es una fuente importante de evidencia de ese sistema.

Many aspects of our experience cannot be clearly delineated in terms of the naturally emergent dimensions of our experience. This is typically the case for human emotions, abstract concepts, and mental activity. Though most of these can be experienced directly, none of them can be fully comprehended in their own terms. Instead, we must understand them in terms of other entities and experiences. (Lakoff y Johnson, 1980, p. 177)

Como las metáforas, como expresiones lingüísticas, son posibles precisamente porque hay metáforas en el sistema conceptual de una persona, Lakoff y Johnson introducen la clasificación de metáforas conceptuales y explican que la función cognitiva de este tipo de metáforas es permitir que un conjunto de nociones en el dominio meta adquieran coherencia en nuestro sistema conceptual en términos de otra que ya conocemos y que comprendemos.

A modo de ejemplo, podemos tomar la metáfora *TIME IS MONEY* (EL TIEMPO ES ORO). El tiempo en nuestra cultura es un bien valioso, un recurso limitado que usamos para cumplir nuestros objetivos. Por otra parte, como el concepto de trabajo se asocia típicamente con el tiempo que toma, es normal que las personas reciban su paga por hora, semana o año; esta metáfora surge de nuestra experiencia cotidiana con el dinero, recurso limitado y bien valioso, para conceptualizar la noción del tiempo.

Siguiendo esta línea y para remarcar la siguiente afirmación: *“the essence of metaphor is understanding and experiencing one kind of thing in terms of another”* (Lakoff y Johnson, 1980,

p. 5), a través del siguiente ejemplo, los autores ilustran qué quieren decir cuando afirman que un concepto es metafórico y cómo este estructura una actividad diaria:

ARGUMENT IS WAR. We don't just talk about arguments in terms of war. We can win or lose arguments. We see the person we are arguing with as an opponent. We attack his positions and we defend our own. We gain and lose ground. We plan and use strategies. If we find a position indefensible, we can abandon it and take a new line of attack. Many of the things we do in arguing are partially structured by the concept of war. Though there is no physical argument, there is a verbal battle, and the structure of an argument – attack, defense, counterattack, etc. – reflects this. It is in this sense that the ARGUMENT IS WAR metaphor is one that we live by in this culture; it structures the actions we perform in arguing. (Lakoff y Johnson, 1980, p. 4)

Con este ejemplo, los autores desean reafirmar que *argument* y *war* son nociones distintas (una es el discurso verbal *-discusión-*, y la otra, el conflicto armado *-guerra-*) y que las acciones que estas implican también son diferentes. No obstante, *argument* (la discusión) se estructura, se entiende y se expresa en términos de *war* (la guerra). “*The concept is metaphorically structured, the activity is metaphorically structured, and, consequently, the language is metaphorically structured*” [El concepto está metafóricamente estructurado, la actividad está metafóricamente estructurada y, por lo tanto, el lenguaje está metafóricamente estructurado] (Lakoff y Johnson, 1980, p. 5).

En el campo de la economía y las políticas públicas, estas metáforas abundan. *THE ECONOMY IS A LIVING ORGANISM* (LA ECONOMÍA ES UN ORGANISMO VIVO) pertenece al grupo de las metáforas estructurales, porque nos permite usar un concepto muy estructurado y

claramente delineado, en este caso el del organismo, para estructurar todo otro campo conceptual, la economía. La función cognitiva de esta metáfora es poder conceptualizar una noción abstracta como el de una economía en crisis en términos de otra que ya conocemos y comprendemos y que está más claramente estructurada, como nuestro cuerpo. Podemos afirmar que existen muchos otros campos que estructuran conceptos macroeconómicos, como *THE ECONOMY IS A BUILDING*, *THE ECONOMY IS A SHIP*, entre otros.

Por ejemplo, se puede pensar en la economía en términos mecanicistas y ver y percibir la economía como si fuera una máquina. En este caso, se usan metafóricamente algunos elementos de las máquinas e instrumentos para describir ciertos rasgos estructurales de la economía. Toda realidad natural tiene una estructura comparable a la de una máquina y puede explicarse a partir de sus modelos. Otros ejemplos son: *LOS INVERSORES SON AVES*, *EL SISTEMA ECONÓMICO ES UN EDIFICIO*, *UN PAÍS O UNA NACIÓN ES NUESTRO HOGAR*, entre otros (Ramacciotti, 2008).

Lakoff y Johnson postulan otros dos tipos de clasificaciones de estructuras conceptuales metafóricas: las orientacionales y las ontológicas, que serán analizadas más adelante en este trabajo.

Por su parte, Zoltán Kövecses (2002), otro lingüista estudioso de la metáfora sostiene que una metáfora conceptual consiste en dos dominios conceptuales, en los cuales un dominio se entiende en términos de otro (p. 4), y para poder identificarlos, les da nombres especiales. El dominio conceptual del cual extraemos expresiones metafóricas se llama dominio fuente/de origen, mientras que el dominio conceptual que se quiere entender es el dominio meta. Este último es el que tratamos de comprender a través del uso del dominio fuente/de origen.

En esta clasificación, el dominio meta implica conceptos y aspectos generalmente abstractos e intangibles que se conceptualizan en términos de otros que suelen ser más familiares y estar claramente delineados, es decir, los del dominio fuente. Cuando recurrimos al uso de metáforas para comprender conceptos abstractos, se establece una relación asimétrica que nos posibilita acceder a los conceptos menos concretos en términos de los que sí lo son. Lakoff y Johnson (1980) describen estas relaciones como “*cross-domain mappings across two separate domains of experience*” (p. 9).

Los campos conceptuales concretos a los que accedemos a través de estos mapeos son muy diversos y generalmente giran en torno a la vida cotidiana, por ejemplo, el campo de la salud, las guerras, la navegación, la jardinería, las reacciones o movimientos del cuerpo humano, el mundo animal y vegetal, los fenómenos meteorológicos, la arquitectura, la física, la mecánica, entre otros.

Las metáforas conceptuales invaden todo tipo de discurso, porque son muchos los terrenos a los que el cerebro humano debe recurrir en la operación de metaforizar. La metáfora puede observarse de manera reiterada e incluso aparecer de formas inesperadas en el lenguaje de especialidad, es decir, el área de la lengua que aspira a una comunicación en un campo determinado, por ejemplo: la economía, la medicina, la química, entre otros.

La metáfora como recurso lingüístico en el discurso económico

Entre los campos de especialización mencionados, la economía se destaca porque la globalización es un hecho, y la manera de entender el mundo cambió desde entonces. Antiguamente se refería a la economía de un país de forma individual. Sin embargo, hace muchos años ya, la economía se estudia a nivel global. Gracias a la evolución de los mercados

internacionales y la interacción económica entre los países, las empresas operan en diferentes territorios a lo largo y ancho del mundo, han crecido cada vez más hasta alcanzar economías de escala y han emprendido un proceso de internacionalización, en todas sus etapas, sin precedentes.

Dentro de la economía, la macroeconomía estudia la economía de un país, una región o un bloque económico como conjunto. Analiza temas como el desempleo, las crisis financieras, el crecimiento económico, la deuda pública y privada, la política fiscal, la política cambiaria, entre otros. El análisis de estas cuestiones proporciona instrumentos para comprender el entorno, tomar decisiones sobre las políticas públicas y pronosticar sus resultados y permite avizorar los cambios que se presentarán.

Los informes sobre la macroeconomía les permiten a los inversores acceder a datos macroeconómicos y obtener el mayor conocimiento posible sobre el modo en el que evolucionará la economía del país o región en el que se asientan los negocios, ya que es esencial para decidir hacia dónde orientar sus planes de futuro. Además, los análisis macroeconómicos y de políticas públicas revelan proyecciones sobre la evolución del entorno internacional, de vital importancia para todo tipo de inversiones.

En este sentido, también hay que destacar el surgimiento masivo de las tecnologías, la evolución de los medios de comunicación y la mejora exponencial de las comunicaciones de las últimas décadas. Esto ha generado un aumento en la transmisión de información relacionada con este campo que les permite a todos los actores económicos del sector público y privado estar conectados desde cualquier parte del planeta.

El discurso económico, en especial el que abarca la macroeconomía y las políticas públicas, utiliza un lenguaje sumamente dinámico que necesita constantemente adoptar nuevos términos

para los nuevos conceptos que se van creando y para las nuevas realidades que se van suscitando. Para esto, específicamente en aquellos textos especializados y de divulgación científica, los economistas, los especialistas en finanzas, los periodistas, los encargados de las políticas públicas y los intelectuales hacen uso de la figura de la metáfora como un recurso cognitivo sumamente valioso para comunicar ideas mediante remisiones a campos o experiencias de la vida cotidiana, es decir, recurren a metáforas conceptuales, ontológicas y orientacionales, si seguimos la clasificación de Lakoff (1980). Al recurrir al uso de metáforas, como se ha dicho, se hace más gráfica y concreta una idea para que su receptor pueda comprenderla.

Como ya se ha mencionado, la función de la metáfora es conceptualizar una noción abstracta en términos de otra que ya conocemos y comprendemos y que está más claramente estructurada; muchas nociones pertenecientes al dominio de la economía (dominio meta) se conceptualizan en torno a los dominios conceptuales básicos (dominios fuente/de origen) mencionados anteriormente para arrojar luz sobre el trasfondo del funcionamiento de la economía en términos generales y para comprender las complejas dinámicas que la rodean.

Clasificación de las metáforas

Hay diversas formas de clasificar las metáforas. En principio, podríamos tomar los siguientes criterios de clasificación generales: originalidad e imagen a la que recurren.

Según su originalidad, se intenta determinar un ciclo de vida para clasificar a las metáforas, que se divide en etapas que manifiestan la vigencia de los procedimientos metafóricos: las metáforas muertas o lexicalizadas, que son las metáforas que ya perdieron su poder evocativo, y el receptor no piensa en el sentido primario de la palabra sino en el sentido idiomático que adquirió,

es decir, pasan a formar parte de los clichés de la lengua. Por otro lado, tenemos las metáforas dinámicas, originales o nuevas, que son metáforas de reciente creación que ponen de manifiesto el carácter vivaz y creativo del lenguaje científico.

En relación con la imagen a la que aluden, las metáforas, cuando se crean, suelen encontrarse en campos muy diversos y, como ya se ha mencionado, giran en torno a la vida cotidiana: el campo de la salud, las reacciones o los movimientos del cuerpo humano, el mundo animal y vegetal, el mundo de la arquitectura, entre otros. En estas metáforas, se suele dar un proceso de terminologización, donde una unidad léxica tomada del lenguaje general se utiliza como término, con un significado dado dentro de un campo de especialidad determinado en circunstancias particulares. Veamos algunos ejemplos:

<p><i>Living organisms and health</i></p> <p><i>Debt addiction/debt is addictive, to afflict a country's economy, adjustment fatigue, comatose economy, economic malaise, to revive the ailing economy, the Central Bank sought to stiffen the spine of the Federal Reserve, to assuage concerns over the economy, to offer respite to an economy</i></p>	<p>Organismos vivos y salud</p> <p>Aliviar la economía, balón de oxígeno para la economía, la economía se desangra, antídoto económico para paliar efectos, la economía es un paciente en terapia intensiva, la economía languidecerá, la economía agoniza, sanear las finanzas</p>
<p><i>Natural phenomena</i></p> <p><i>the market's ebb and flow, the epicenter of an economic crisis, to plague the</i></p>	<p>Fenómenos naturales</p> <p>Epicentro de la crisis económica, sobrecalentamiento de la economía, tormenta</p>

<p><i>economy/a deflation-plagued country, financial hurricane, the world economy is on the precipice, pandemics send shockwaves through financial markets, financial havoc, economic meltdown, global economic collapse</i></p>	<p>perfecta para la economía, cataclismo económico, nubarrones sobre la economía, la economía en el abismo, caos de la economía mundial, episodios de turbulencia significativa en los mercados financieros</p>
<p>Physics</p> <p><i>pendulum of expectations, overstretched consumers, growth slowdown, solid recovery, implosion of the economy, to inflame protectionism</i></p>	<p>Física</p> <p>Crecimiento económico tibio, reacción en cadena de impactos económicos, encender la economía, economía resiliente, proceso económico corrosivo, implosión económica</p>
<p>Sailing</p> <p><i>the economy is adrift, to be headwind for a currency, to embark on economic reforms, to shore up investor sentiment, economic lifeboat</i></p>	<p>Navegación</p> <p>Turbulentas aguas de la economía, navegar la economía global, cambio de rumbo económico, timonear entre el déficit y la presión social, traicionero mercado de divisas</p>

Por otra parte, en el marco de la lingüística cognitiva, Lakoff y Johnson realizan otra propuesta de clasificación cuando introducen la metáfora cognitiva. Para estos autores, la metáfora es un proceso mental que permite comprender ciertos aspectos de la experiencia, generalmente abstractos e intangibles, en términos de otros que suelen ser más familiares y estar claramente delineados. Ellos aducen que la metáfora cognitiva es una expresión metafórica que permite que un conjunto de nociones en el dominio meta adquieran coherencia en nuestro sistema conceptual.

Al usar la lengua, sus usuarios articulan determinadas expresiones metafóricas que serían una manifestación de cómo estructuran sus sistemas conceptuales.

We make subjective judgments about such abstract things as importance, similarity, difficulty, and morality, and we have subjective experiences of desire, affection, intimacy, and achievement. Yet, as rich as these experiences are, much of the way we conceptualize them, reason about them, and visualize them comes from other domains of experience. These other domains are mostly sensorimotor domains, as when we conceptualize understanding an idea (subjective experience) in terms of grasping an object (sensorimotor experience) and failing to understand an idea as having it go right by us or over our heads. The cognitive mechanism for such conceptualizations is conceptual metaphors, which allows us to use the physical logic of grasping to reason about understanding. Metaphor allows conventional mental imagery from sensorimotor domains to be used for domains of subjective experience. (Lakoff y Johnson, 1999, p. 50)

De su libro *Metaphors we live by*, se desprende la siguiente clasificación de las metáforas: estructurales, ontológicas y orientacionales.

Las metáforas estructurales nos permiten usar un concepto muy estructurado y claramente delineado para estructurar todo otro campo conceptual, como EL AMOR ES UN VIAJE: hemos llegado al fin de esta relación/ya no podemos seguir caminando juntos/estaremos juntos hasta el final; EL TIEMPO ES DINERO: debes guardar algunas horas para estudiar/no gastes tu tiempo/no tengo tiempo para darte, entre otros.

En el ámbito económico, podemos ejemplificar este tipo de metáfora con la tan conocida analogía del dinero y el agua, es decir, *MONEY IS WATER* (EL DINERO ES AGUA). Esta

metáfora estructural da lugar a una amplia gama de implicaciones metafóricas y vinculaciones y se utiliza con mucha frecuencia en el área de la economía, tanto en inglés como en español. Algunos ejemplos son: *to freeze accounts*/congelar depósitos, *capital flows*/fuga de capitales, *spill-over effect*/efecto de derrame, entre muchos otros.

Las metáforas orientacionales organizan los conceptos en términos de la experiencia que tenemos con los espacios que nos rodean. Se basan en las nociones de orientación: arriba-abajo, adelante-atrás, dentro-fuera, derecha-izquierda. La función cognitiva de este tipo de metáforas es permitir que un conjunto de nociones en el dominio meta adquieran coherencia en nuestro sistema conceptual a través de la orientación, en función de las ideas de orientación espacial que poseemos como seres humanos. Por ejemplo: *HAPPY IS UP/SAD IS DOWN* (ARRIBA ES FELIZ/ABAJO ES TRISTE) y se pueden ilustrar mediante las siguientes frases: *that boosted my spirit*/eso levantó mi ánimo, *I'm feeling down*/me siento decaído.

Las metáforas orientacionales organizan un sistema completo de ciertos conceptos con respecto a otros. Se basan en nuestra experiencia física y cultural. Dentro del lenguaje de la economía, se pueden enumerar un conjunto de metáforas cuyo significado se fundamenta en estas nociones de orientación: *the economy tumbles*/la economía cae a los tumbos, *the stock prices dive*/los precios de las acciones caen en picada, *the Latin American economic crisis hit rock bottom*/la crisis latinoamericana económica tocó fondo, *stocks skyrocket*/las acciones se van por las nubes.

Las metáforas ontológicas categorizan un fenómeno mediante su consideración como entidad, sustancia, recipiente, individuo, etc. Para tornar sus rasgos constitutivos más concretos y tangibles. Lakoff y Johnson (1980) afirman que una vez que podemos identificar nuestras

experiencias como entidades o sustancias podemos identificarlas, categorizarlas, agruparlas y cuantificarlas y, por ende, entenderlas. Un ejemplo de estas metáforas en la macroeconomía es *INFLATION IS AN ENTITY* (LA INFLACIÓN ES UNA ENTIDAD). En este caso, la inflación se considera un ser, toma vida propia y actúa como si fuera autónomo. Algunos ejemplos donde la inflación se categoriza como un individuo o un ser vivo en la economía son los siguientes:

<p><i>Inflation could make a comeback. If it does, Joe Biden will pay the price</i> (<i>The Washington Post</i>, 8 de diciembre de 2020)</p>
<p><i>Many people now see high inflation lurking around the corner</i> (<i>The New York Times</i>, 20 de mayo de 2020)</p>
<p><i>We meant to slay the inflationary dragon</i> (<i>The New York Times</i>, 9 de diciembre de 2019)</p>

En estos ejemplos, la inflación está personificada, y específicamente como un adversario, lo que no solo nos muestra una manera particular de pensar en la inflación, sino también un modo de actuar contra ella. “La metáfora LA INFLACIÓN ES UN ADVERSARIO provoca y justifica acciones políticas y económicas de parte de los gobiernos, como es declarar la guerra a la inflación, establecer objetivos, hacer sacrificios, entre otros” (Ramacciotti, 2016, p. 73).

Esta clase de metáforas (personificaciones) nos permite comprender fenómenos en el mundo en términos humanos; términos que podemos entender sobre la base de nuestras propias motivaciones, metas, acciones y características. Ver un concepto tan abstracto como la inflación en términos de un ente animado tiene un poder explicativo que cobra sentido, porque puede comprenderse y cuantificarse.

Métodos y procedimientos de traducción de metáforas

La traducción de metáforas se presenta como un proceso. En primer lugar, supone reconocer la metáfora. En segundo lugar, el traductor debe entender el sentido de la metáfora, comprender su entramado y finalmente debe elegir uno de los recursos habitualmente utilizados para la traducción, siempre teniendo en cuenta el contexto del encargo de traducción.

Al elegir, deberá considerar que, para analizar las metáforas, no solo debe interpretarse el contexto comunicativo, sino también el contexto de los modelos mentales del receptor. El principio que debe guiar la traducción de la metáfora no es tanto alcanzar la igualdad semántica o formal, sino lograr la equivalencia de efectos en el receptor de la lengua meta.

Raymond W. Gibbs, Jr. (1990), profesor del departamento de psicología de la Universidad de California en Santa Cruz, Estados Unidos, hace su aporte con respecto a esto y afirma:

When metaphors are translated, they should be best understood in terms of interpretation processes. Interpretation refers to analysis of the early products of comprehension as tokens. One can consciously create an understanding for a particular type of text or utterance as having a particular content or meaning. Interpretation processes operate at a later point in time than comprehension processes, and they usually require conscious reflection about what a text or speaker means. (p. 40)

La terminología económica por su especial dinamismo y fluidez representa un gran desafío para los traductores. Los ámbitos lingüístico y cultural no han sido ajenos a las consecuencias de la globalización, y el estrecho vínculo entre economías nacionales y los mercados financieros ha motivado una homogeneización del lenguaje de la economía.

Los lenguajes de especialidad se caracterizan por usarse entre expertos para tratar temas especializados, en una situación profesional formal y con una función específica. Los textos creados a partir del lenguaje especializado son textos que conjugan diversos elementos para tener en cuenta como la temática, los interlocutores y la situación comunicativa; sin embargo, es la terminología el elemento que determina si un texto es especializado y su grado de especialización. Alcaraz Varó (2001) propone una división del discurso económico en tres campos:

El económico, que emplea un lenguaje técnico y un registro elevado por ser una disciplina académica; el comercial con un lenguaje semitécnico que combina términos tradicionales y términos modernos de forma equilibrada; y el financiero, cuyo lenguaje amalgama el registro coloquial y la creación constante de términos nuevos que, en su mayoría, provienen del inglés, lo cual dificulta su comprensión. (p. 23)

En la misma línea, Mateo Martínez (2007) estableció:

Existe una progresión en el nivel de especialización de los lenguajes, pero solo se distinguen dos campos en el ámbito de la economía: el de la economía teórica y el de los negocios. El primero es muy técnico y está restringido a los expertos. El segundo consta de dos géneros complementarios, el lenguaje del comercio y el de las finanzas, y lo usan expertos, semiexpertos y legos interesados en la materia; por este motivo puede ser un lenguaje semitécnico o incluso divulgativo. (pp. 191-203)

Sin embargo, con independencia de la clasificación de los textos, en los textos especializados nos encontramos con términos, sintagmas terminológicos, unidades fraseológicas terminologizadas, calcos y préstamos que, lejos de ser claros, poseen cierta opacidad semántica que plantean desafíos interesantes para traductores e intérpretes, sin contar con el hecho de que,

como ya se ha mencionado, la economía, por distintas razones, amalgama términos especializados de su campo, términos de campos afines y léxico de la lengua general que adquiere acepciones especializadas mediante procesos de metaforización.

El proceso de traducción de estas unidades fraseológicas metafóricas del campo económico es complejo. Para reflexionar en torno a la problemática que se le presenta al traductor ante la presencia de metáforas y otras frases terminológicas en el lenguaje de la economía, sobre la base de los diversos procedimientos propuestos para traducir la metáfora enumerados por Sandra Ramacciotti (2012), se pueden nombrar los siguientes métodos de traducción.

La metáfora puede traducirse por su **equivalente fraseológico** en el otro idioma, es decir, manteniendo exactamente la misma imagen en la lengua meta. Eso es posible cuando la imagen a la que elude es universal o frecuente en ambas culturas. Por ejemplo:

<i>First, there has been a progressive increase in policy transparency and communication, which helps anchor inflation expectations</i>	Primero, ha habido un aumento progresivo de la transparencia y la comunicación, que permite anclar las expectativas de inflación
<i>There is an excessive government debt with its concomitant fiscal burden</i>	Hay una deuda pública excesiva con la concomitante carga fiscal
<i>Understanding and measuring debt intolerance is fundamental to assess the problems of debt sustainability, debt restructuring, capital market integration, and</i>	Entender y medir la intolerancia a la deuda es fundamental para evaluar los problemas de sostenibilidad y restructuración de la deuda, la integración del mercado de

<i>the scope for international lending to ameliorate crises</i>	capitales y el alcance de la actividad crediticia internacional para mejorar las crisis
---	---

Un segundo método para traducir la metáfora es utilizar **una metáfora del mismo campo** que tenga un sentido similar, pero sin recurrir a su traducción literal o equivalente exacto. En estos casos, se cambia de metáfora, pero no de dominio conceptual básico.

<i>After a full year of negative growth in the economy, (almost) everybody is at the end of the rope and there is nothing in consumers' wallets to help them make it through the second shockwave</i>	Luego de un año de crecimiento negativo en la economía, (casi) todo el mundo está al borde del abismo, y no hay nada en la cartera de los consumidores que los ayude a atravesar la segunda ola de turbulencias
<i>That event failed to calm the market nerve</i>	Eso no pudo apaciguar la irritabilidad de los mercados

Otro caso es sustituir la metáfora de la lengua de partida por una **metáfora en la lengua de llegada que posea una característica, rasgo o cualidad** del objeto al que se alude.

<i>Investors in South America's largest economy are nervous about inflation while firms are having to pay burgeoning debts in dollars</i>	Los inversores de la economía más importante de América del Sur están preocupados por la inflación mientras que las firmas deberán pagar deudas crecientes en dólares
--	--

<i>The measures announced today by the Government should help ward off job losses and cushion the economy, say unions</i>	De acuerdo con los sindicatos, las medidas anunciadas hoy ayudarían a frenar el desempleo y a amortiguar la economía
---	---

A veces, debemos elegir traducir la metáfora por **una metáfora diferente**, es decir, una metáfora que pertenece a otro campo. Esto se denomina proceso de **sustitución y adaptación**.

<i>Concern over U.S. monetary policy may put more wind in the sails of the strengthening euro, further fueling inflation anxiety in U.S. markets</i>	La preocupación acerca de la política monetaria estadounidense podría dar más alas al fortalecimiento del euro y agravar el pánico a la inflación en los mercados de los Estados Unidos.
<i>U.K. Strategy – Changing Tack</i>	Estrategia en el Reino Unido: Cambio de vías

En este último ejemplo, se utilizó en la traducción una expresión metafórica con un sentido similar, pero con cambio del dominio conceptual. El dominio fuente utilizado en la frase *changing tack* es el de la navegación, tal como lo explica el diccionario *Merriam-Webster*: “*The nautical use of tack refers to the direction of a boat with respect to sail position, so we use this phrase when referring to a change in direction, position or course of action*”. Sin embargo, el dominio conceptual meta utilizado fue “cambio de vías”, que hace referencia a los ferrocarriles, otro dominio conceptual.

Muchas veces, el cambio de campo es muy manifiesto, pero otras veces ni siquiera es posible mantener la metáfora. Por ejemplo, la metáfora que alude a la imagen de los animales que corresponden a los términos *bear* o *bull*. Un *bear* es un especulador en bolsa que vende valores

porque prevé un descenso de los precios del que podrá beneficiarse comprando los valores más tarde a un precio inferior. Existen diversas teorías sobre el uso de esta frase, algunos sostienen que el término procede del refrán *don't sell the bearskin before you have killed the bear*, y en la actualidad se aplica también a los mercados caracterizados por una baja continuada de los precios durante un período prolongado (*bear markets*), a las situaciones en las que un mercado bajista cambia de tendencia y se hace alcista (*bear trap*), entre otros. Un *bull* es un especulador que piensa que los precios de los valores van a subir. La frecuencia de aparición de *bear* y *bull* (y otros términos derivados de estos como *bearish* y *bullish*) en el corpus económico es altísima. En la gran mayoría de los casos, la traducción ofrecida es “bajista” y “alcista”. En otras ocasiones, se utilizan los términos “pesimista” y “optimista”.

<i>There is skepticism that we have seen the market bottom, with the bears arguing this is merely a rally in a bear market</i>	Hay escepticismo en lo que respecta al tema de que ya hayamos visto tocar fondo al mercado, y los bajistas afirman que no se está produciendo más que un repunte en un mercado bajista
<i>Indicators suggest this period of growth is better than what the most optimistic bulls could have forecast</i>	Los indicadores sugieren que este período de crecimiento es mejor de lo que los alcistas más optimistas podrían haber previsto

Las metáforas también pueden traducirse a través de una **transformación o una paráfrasis aproximada**, es decir, la metáfora no se conserva, sino que se utiliza una frase que expresa el mismo contenido, pero con diferente estructura sintáctica.

Un caso para ilustrar este método es el de *red herring*, una expresión idiomática inglesa de la lengua general que, según el diccionario *Cambridge*, significa: “*A fact, idea, or subject that takes people’s attention away from the central point being considered*”. Sin embargo, en el ámbito financiero, que interactúa muy estrechamente con el de la economía en general, *red herring* tiene otro significado: “*a red herring is a preliminary prospectus filed with the SEC, usually in connection with an IPO—excludes key details of the issue, such as price and number of shares offered*”. En español: especie de avance del prospecto informativo de una nueva emisión de acciones (su nombre proviene de las marcas en rojo que indican que el documento aún no es definitivo).

<p><i>Another red herring is the UK’s contribution to the EU budget. Outside the EU we’d spend much the same amount of money on similar things</i></p>	<p>Otra maniobra de distracción/cortina de humo es la contribución del Reino Unido al presupuesto de la Unión Europea. Fuera de la UE, gastaríamos la misma cantidad de dinero en cosas similares</p>
<p><i>Wages are a red herring in the inflation debate</i></p>	<p>Los salarios son una forma de desviar la atención en el debate acerca de la inflación</p>

Como vemos en el ejemplo anterior, el traductor debe permanecer alerta en todo momento para detectar cuándo expresiones que aparentemente pertenecen a la lengua general tienen un significado financiero y cuándo no.

En las frases *spaghetti bowl* y *Asian noodle bowl*, que es un uso interesante de metáforas en relación con la evolución del sistema de comercio internacional, el calco de la metáfora “plato de espaguetis” y “sopa de fideos asiáticos” no sería válido, ni tampoco una traducción acertada.

En este caso, podría utilizarse “maraña de acuerdos de libre comercio” (Adriana Russo, 2007, p. 39), como se ha hecho en un boletín del FMI. Este es un caso de traducción por paráfrasis.

Los textos financieros de Morgan Stanley utilizan una metáfora que hoy es muy frecuente en el contexto de la pandemia de la COVID-19 y podemos incluir en este grupo, donde utilizamos la frase: *dead cat bounce*, que alude a “una recuperación momentánea del mercado después de un declive prolongado” o “una efímera recuperación tras un largo período de caída libre”, una paráfrasis explicativa que contiene, a su vez, dos metáforas: “recuperación”, del dominio de la salud, y “caída libre”, del de la física.

<i>United States: Is the Technology Revival More than a Dead Cat Bounce?</i>	Estados Unidos: ¿Es la reactivación del sector tecnológico algo más que una efímera recuperación tras un largo período de caída libre ?
---	--

Sin embargo, los criterios utilización varían, y, en otros medios, se utiliza la expresión “rebote del gato muerto”, es decir, usan su traducción literal, el calco:

El vocabulario económico argentino va sumando expresiones a lo largo de los ciclos históricos. Una nueva es el rebote del gato muerto . Los especialistas la vienen repitiendo en estos días en referencia a una actividad que, después de una caída importante, experimenta una suba, pero se duda de su sostenibilidad. “Precisamente porque el gato está muerto”, graficó el exministro de Economía, José Luis Machinea en un seminario (<i>La Nación</i> , 6 de agosto de 2020)
El rebote del gato muerto hace brillar al oro (Recuperado de www.expansion.com , 3 de marzo de 2020)

El **rebote del gato muerto**: ingresos provinciales no mejoran (Recuperado de www.diarioalfil.com.ar, 29 de octubre de 2020)

Los **préstamos** y los **calcos** aparecen como otro método o recurso que utilizan los especialistas cuando se encuentran con términos en idioma inglés y, al importarlos al español, intentan llenar el vacío denominativo cuando este existe.

Muchas veces en el área de la economía, se utiliza “una gran cantidad de términos prestados o calcos del inglés que entran en competencia con el término en la lengua receptora y, desde el punto de vista denominativo, no son necesarios” (Ramacciotti, 2018, p. 129).

El calco es la traducción literal de una palabra perteneciente a otra lengua, por eso muchas veces se denomina “extranjerismo invisible” o “importación clandestina” (García Yebra, 1984, p. 345) ya que tiende a mantener la separación, la autonomía de las lenguas. Es decir, es una construcción imitativa que reproduce la forma de la palabra o de la expresión extranjera.

<i>That is why the World Bank and the International Monetary Fund urged G20 countries to establish the Debt Service Suspension Initiative</i>	Por este motivo, el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional instaron a los países que integran el Grupo de los Veinte (G20) a establecer la Iniciativa de Suspensión del Servicio de la Deuda (Calco estructural)
<i>Impact of IT on country risk in emerging market and high-income economies</i>	El impacto de la TI en el riesgo país en mercados emergentes y economías de altos ingresos (Calco léxico)

El préstamo es la adopción inalterada, en todo o gran parte, de una palabra procedente de otra lengua. Es una formación léxica de un sistema lingüístico que es incorporada consciente o inconscientemente por otro.

Puede distinguirse el préstamo puro o directo y el préstamo naturalizado. En el primer caso, la palabra extranjera tiende a no sufrir ninguna modificación. Se integra una palabra o expresión de otra lengua sin ningún tipo de cambios, incluso los hablantes de la lengua receptora intentan pronunciarlo como un hablante nativo. A diferencia del préstamo puro, en el caso del préstamo naturalizado, el término puede sufrir, una vez incorporado y con el tiempo, una adaptación fonética y/o morfológica.

En la actualidad, por ejemplo, podemos encontrar estos ejemplos, entre otros:

Mientras la pandemia sigue golpeando a países de todo el mundo, los <i>hedge funds</i> se preparan para una serie de reestructuraciones de deuda de economías emergentes (<i>El Cronista</i> , 6 de octubre de 2020)
Argentina entró en <i>default</i> : por qué a pesar del “ <i>default</i> selectivo” muchos son optimistas sobre el futuro de la deuda del país (BBC, 22 de mayo de 2020)
Economía y cuarentena: el Banco Central flexibiliza el <i>clearing</i> de cheques (<i>Página 12</i> , 25 de marzo de 2020)
Los <i>commodities</i> tienen el potencial de mejorar el alicaído nivel de reservas que posee nuestro Banco Central y de reemplazar a los dólares financieros que no vendrán en el corto plazo y que ayudarán a nuestro país a cubrir parcialmente sus necesidades de financiamiento (<i>Clarín</i> , 6 de diciembre de 2020)

Como se ha mencionado, estos anglicismos abundan en los textos de economía y finanzas y, muchas veces, conviven con sus equivalentes en español y, en otras oportunidades, los desplazan.

La lengua de especialidad es el instrumento básico de la comunicación entre los especialistas. Es el conjunto de unidades léxicas que aspira a una comunicación unívoca y libre de contradicciones en un contexto especializado determinado y cuyo funcionamiento encuentra un soporte decisivo en los términos.

El profesional de la traducción debe producir un texto que funcione como acto de comunicación autónomo en un contexto específico. Esto presupone conocer la materia que traduce, saber expresarla precisa y adecuadamente como lo haría espontáneamente un especialista, hablante nativo de una lengua.

Para evitar la percepción de un texto marcado, hay una serie de pautas que son de utilidad a la hora de abordar el tratamiento de las metáforas, los préstamos y los calcos en el contexto de la economía y de las finanzas.

En primer lugar, el traductor debe detectar la presencia del término o el vocablo técnico en un texto, determinar el nivel de especialización y el grado de novedad que posee en el contexto comunicativo, reconocer la circunstancia sociopolítica en la que está inmerso y el tiempo histórico en que se produce, evaluar el alcance de conocimiento de los lectores de llegada y comprender su significado para, finalmente, poder darle coherencia y cohesión al trabajo.

La metáfora como recurso para describir las crisis de la economía

En la historia del pensamiento económico, las metáforas han desempeñado un papel fundamental, empezando por la que se considera el inicio de la utilización de este recurso en el ámbito de la metalengua de la economía: la *invisible hand*, que fue introducida por Adam Smith en sus obras *The Theory of Moral Sentiments* (1759) así como en *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (1776). Según el padre de la economía moderna, el Estado debe abstenerse de intervenir en este ámbito, porque, aunque los seres humanos actuaran libremente en la búsqueda de su propio interés, habría una “mano invisible” que convertiría sus esfuerzos en algo beneficioso para todos.

A continuación, se sintetizan algunos de los estudios más relevantes sobre los campos asociativos reflejados a través de metáforas dentro de la metalengua de la economía.

Frank Boers (2000) agrupa las metáforas del discurso económico en inglés en los siguientes dominios: 1) maquinaria y mecanismos (*macroeconomic tools, to dismantle an economy*), 2) salud y forma física (*financial injection, sickly companies*), 3) lucha y guerra (*a price war, to combat fraud*), 4) náutica (*to steer company in the right direction, to stay on course*), y 5) jardinería (*flourishing companies, sowing uncertainty*).

Charteris-Black y Ennis (2001), por su parte, llevaron a cabo una investigación sobre artículos de prensa en español y en inglés y clasificaron las metáforas de este modo: 1) LA ECONOMÍA ES UN SER VIVO (*defend, suffer*), 2) LOS MOVIMIENTOS DEL MERCADO SON MOVIMIENTOS FÍSICOS (*floating, slide*), y 3) LOS MOVIMIENTOS DE DESCENSO EN EL MERCADO SON DESASTRES NATURALES (*shakeout, overheating*). En opinión de estos autores, el español se decanta por una mayor utilización de metáforas que identifican el

estado del mercado con el de salud mental (pánico, depresión), mientras que en inglés opta por las referidas a la salud física (*economic recovery, healthy firms*). De igual modo, en inglés se documentan con mayor frecuencia las referidas al ámbito náutico (*to rock the boat*) mientras que el español elige las alusivas a movimientos en el aire (caer en picada).

Algunas investigaciones recientes sobre metáforas arrojaron una luz diferente sobre sus roles sociales y comunicativos y sus efectos en nuestra comprensión de los problemas públicos. En esta línea, consideramos las metáforas como herramientas de comunicación y tenemos en cuenta su capacidad para ofrecer bases comunes entre discursos o para funcionar como objetos límite, que son al mismo tiempo lo suficientemente flexibles para permitir varias interpretaciones en diferentes contextos sociales, pero también para llevar un conjunto relativamente fijo de asociaciones. El poder de las metáforas está en su flexibilidad en los usos e interpretaciones.

Las metáforas se han estudiado ampliamente en el discurso económico, y recientemente, también se ha comenzado a estudiar el uso de las metáforas en relación con las crisis financieras.

Las crisis financieras son el detonante de uno de los mayores picos de metáforas en la historia reciente y, en los últimos años, se ha prestado atención al uso de metáforas en la comunicación de crisis económicas provocadas por emergencias sanitarias que provienen de enfermedades epidémicas. Estas enfermedades infecciosas emergentes surgen como amenaza a la salud mundial y traen consecuencias no solo a nivel sanitario, sino que traen aparejados efectos sociales, políticos y económicos muy importantes.

El lenguaje y las metáforas que se utilizan en la cobertura de los medios de comunicación sobre el surgimiento de enfermedades infecciosas graves previamente desconocidas ofrecen la oportunidad de explorar el marco cultural de estas enfermedades y sus efectos en el ámbito

económico, que se transmiten mediante el mapeo del pensamiento a conceptos más concretos para comprender los más abstractos. Como afirma Richard Gwyn (1999) *“if we can accept that metaphor is a central tool of our cognitive apparatus, it seems difficult if not impossible to conceive of illnesses as not themselves being described metaphorically in everyday discourse”* (p. 204).

Desde el surgimiento del VIH en la década de los ochenta, los científicos sociales y los sociólogos de la salud y la enfermedad han estado explorando el encuadre metafórico de esta enfermedad infecciosa y de otras en su contexto social. Una característica de las reacciones a estas enfermedades fue la proliferación de análisis críticos instantáneos de políticas y prácticas que buscan interpretar los factores culturales y sociales en juego dentro de ellas.

El surgimiento de enfermedades infecciosas graves previamente desconocidas que se extienden en todo el mundo inspira una gran respuesta de la comunidad internacional de salud pública, así como la de gobiernos locales afectados, y deben abordarse en un contexto globalizado donde la medicina, la salud pública nacional e internacional, la política, la economía y el comercio se interconectan.

Los discursos y metáforas utilizados para enmarcar enfermedades se han convertido en un tema destacado. Distintas enfermedades han marcado al mundo, de modo tan profundo, que la interpretación de esas enfermedades ha sido usada para interpretar la sociedad misma.

La enfermedad nunca es simplemente una enfermedad, sino que es el foco de un fenómeno de experiencias culturales. Como señala Nicholas J. Fox (1993):

Illness cannot be just illness, for the simple reason that human culture is constituted in language, that there is nothing knowable outside language, and that health and illness, being things which fundamentally concern humans, and hence need to be “explained”,

enter into language and are constituted in language, regardless of whether or not they have some independent reality in nature. (p. 6)

Crisis sanitarias en análisis

La epidemia del SARS de 2002-2004, la pandemia de la gripe A de 2009-2010 y la pandemia de la COVID-19 de 2019-2020, que han provocado las crisis sanitarias más recientes, llevaron a la Organización Mundial de la Salud a iniciar alertas internacionales, enviar equipos para ayudar a los servicios de salud pública locales y organizar esfuerzos científicos internacionales para aprender sobre las nuevas enfermedades y rápidamente identificar a los agentes biológicos responsables.

Las enfermedades se propagaron a distintos lugares en el mundo y los brotes se contuvieron mediante una combinación de vigilancia, métodos de cuarentena y prohibiciones de viaje.

Estas epidemias, si bien tienen sus particularidades en relación con el alcance, los efectos, los síntomas y consecuencias, tienen una característica común en cuanto a su tratamiento en los medios de comunicación: todas presentan metáforas conceptuales dominantes particulares. Así pues, se han elaborado varios análisis sobre el empleo de la metáfora durante las crisis económicas y financieras del SARS, la gripe A y la COVID-19.

Como se afirmó anteriormente, el uso de un determinado dominio fuente para el mapeo metafórico en las comunicaciones económicas puede aumentar cuando el dominio sobresale en la experiencia diaria. En el evento de una crisis sanitaria, el discurso económico toma los conceptos de enfermedad/salud para sus comunicaciones y suele representar LA ECONOMÍA ES UN

PACIENTE, LA SOCIEDAD ES UN CAMPO DE BATALLA, EL MUNDO ES UN ESCENARIO APOCALÍPTICO O DISTÓPICO, entre otros.

De nuestro corpus, se extraerán algunos ejemplos de las frases metafóricas en inglés más prominentes y su traducción (en caso de no tenerla, se propondrá una) con respecto a los conceptos mencionados anteriormente. El estudio se enfocará específicamente en el análisis de las metáforas en el discurso económico relacionadas con las crisis sanitarias provocadas por el SARS de 2002-2004, la gripe A de 2009-2010 y la COVID-19 de 2019-2020. Luego, se analizarán algunos breves aspectos culturales y sociales en torno a la elección del uso de estas metáforas, y sus efectos y consecuencias en la sociedad.

Esta clasificación no pretende ser una taxonomía exhaustiva, sino una mera guía para la presentación de los resultados.

SARS (síndrome respiratorio agudo grave) de 2002-2004

Texto original	Texto traducido	Método de traducción	Fuente
<i>Olga Jonas, economic adviser for the World Bank health team says: “Disruptions would propagate economies and could</i>	<i>Olga Jonas, asesora financiera para el equipo sanitario del Banco mundial afirma: “Las disrupciones se propagarían a través de</i>	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	Banco Mundial, 5 de marzo de 2003

<i>include breakdowns of food distribution and public order in megacities.”</i>	<i>las economías y podrían incluir colapsos en la distribución de alimentos y el orden público en las megaciudades”.</i>		
<i>Hong Kong: SARS Aside, an Unhealthy Economy.</i>	Hong Kong: Dejando de lado el SARS, una economía <i>enferma</i> .	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>Bloomberg Businessweek</i> , 16 de junio de 2003
<i>The financial trouble spread like a virus, ravaging the weak and bringing IMF experts running to prescribe treatment.</i>	Los problemas financieros <i>se propagaron como un virus</i> , destruyendo a los débiles e instando a los expertos del FMI <i>a que prescriban un rápido tratamiento [...]</i>	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The Economist</i> , 10 de abril de 2003
	[...] instando a los expertos del FMI <i>a que propongan rápidas medidas</i> .	Transformación o paráfrasis aproximada: la	<i>The Economist</i> , 10 de abril de 2003

		metáfora no se conserva	
<i>SARS is not just a health problem. As fear and shutdowns curtail travel, it is devastating the Asian Economy.</i>	El SARS no es solo un problema de salud. A medida que el miedo y las medidas de aislamiento restringen el turismo, está haciendo trizas la economía asiática.	Metáfora en la lengua de llegada que posee una característica, rasgo o cualidad del objeto al que se alude	<i>The New York Times</i> , 1 de mayo de 2003
<i>SARS raged out of control in China not only because officials suppressed the bad news [...]</i>	El SARS hizo estragos en China, no solo porque los funcionarios públicos suprimieron las malas noticias [...]	Sustitución o adaptación: se emplea una metáfora que pertenece a otro campo	<i>The New York Times</i> , 1 de mayo de 2003
<i>[...] but also, because China's public health system is in ruins.</i>	[...] sino porque el sistema de salud chino está en ruinas.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The New York Times</i> , 1 de mayo de 2003

<i>Certain sectors, such as restaurants, were hammered by the disease.</i>	Algunos sectores, como los restaurantes, fueron castigados por la enfermedad.	Sustitución o adaptación: se emplea una metáfora que pertenece a otro campo	<i>The Economist</i> , 10 de julio de 2003
<i>SARS has also dampened the bank's forecasts for China and Singapore.</i>	El SARS también desalentó las perspectivas bancarias para China y Singapur.	Transformación o paráfrasis aproximada: la metáfora no se conserva.	<i>The Economist</i> , 10 de abril de 2003
<i>The central bank had to fulfil its role as lender of last resort several times in order to ward off impending banking crises.</i>	El banco central tuvo que cumplir su función de acreedor como último recurso en varias ocasiones para prevenir crisis bancarias inminentes.	Transformación o paráfrasis aproximada: la metáfora no se conserva	CEPAL, 2 de mayo de 2003
<i>However, the scenario in which the epidemic is not swiftly contained promises to leave a much deeper economic scar.</i>	Sin embargo, el panorama, en caso de que la epidemia no sea contenida rápidamente, promete dejar	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	Banco Mundial, 3 de abril de 2004

	una <i>cicatriz económica</i> mucho más profunda.		
--	--	--	--

Gripe A (H1N1) de 2009-2010

Texto original	Texto traducido	Método de traducción	Fuente
<i>China's economic juggernaut [...]</i>	<i>La fuerza implacable de la economía de China [...]</i>	Metáfora en la lengua de llegada que posee una característica, rasgo o cualidad del objeto al que se alude	<i>The Economist</i> , 23 de octubre de 2008
<i>[...] powered on [...]</i>	<i>[...] se puso en marcha [...]</i>	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The Economist</i> , 23 de octubre de 2008
<i>[...] and, from Budapest to Brasilia, an abundance of credit fueled domestic demand.</i>	<i>[...] y desde Budapest a Brasilia, una gran cantidad de crédito estimuló la demanda local.</i>	Sustitución o adaptación: se emplea una metáfora	<i>The Economist</i> , 23 de octubre de 2008

		que pertenece a otro campo	
<i>As foreign capital has fled [...]</i>	A medida que el <i>capital extranjero se fugaba [...]</i>	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The Economist</i> , 23 de octubre de 2008
<i>[...] and confidence evaporated.</i>	<i>[...] y la confianza se evaporaba.</i>	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The Economist</i> , 23 de octubre de 2008
<i>For much of the past year the fast-growing economies of the emerging world watched the Western financial hurricane from afar.</i>	Durante gran parte del año pasado, las economías de rápido crecimiento del mundo emergente observaron el <i>huracán financiero</i> occidental a la distancia.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The Economist</i> , 23 de octubre de 2008
<i>Even as talk mounted of the rich world suffering its</i>	Incluso mientras se hablaba de que los países ricos	Equivalente fraseológico: se	<i>The Economist</i> ,

<i>worst financial collapse since the Depression, emerging economies seemed a long way from the centre of the storm.</i>	estaban sufriendo su peor colapso financiero desde la Gran Depresión, las economías emergentes parecían estar muy lejos del centro de la tormenta.	conserva la misma imagen en la lengua meta	23 de octubre de 2008
<i>If the disease is declared a pandemic and the case fatality rate worsens, and mild panic begins to appear, then the real economy will start to bear the brunt of the disease outbreak.</i>	Si la enfermedad se declara pandemia, la tasa de mortalidad empeora y surge un leve pánico, la economía real comenzará será la más afectada por la aparición de la enfermedad.	Transformación o paráfrasis aproximada: la metáfora no se conserva.	The Brookings Institution, 4 de mayo de 2009
<i>Economic Impacts – Systemic Economic Shock</i>	Impactos económicos – Shock Económico Sistémico	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	Banco Mundial, 2 de octubre de 2010
<i>Swine flu could stamp out any tentative signs of</i>	La gripe porcina podría acabar con cualquier signo	Equivalente fraseológico: se	<i>The Economic</i>

<i>recovery from the worst global economic crisis since the Great Depression.</i>	tentativo de recuperación de la peor crisis económica mundial desde la Gran Depresión.	conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>Times</i> , 3 de mayo de 2009
<i>If it stays as a flu bug, perhaps it may not do too much damage to the current signs of stabilization.</i>	Si se mantiene como un virus de la gripe, quizás no provoque demasiado daño a los signos actuales de estabilización.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The Economic Times</i> , 3 de mayo de 2009
<i>Song said business confidence has begun to show signs of revival.</i>	Song afirmó que la confianza empresarial ha comenzado a mostrar signos de reactivación.	Metáfora en la lengua de llegada que posee una característica, rasgo o cualidad del objeto al que se alude	<i>The Economic Times</i> , 3 de mayo de 2009
<i>If there's any knock to the fragile business confidence at this point [...]</i>	Si hay algún golpe a la frágil confianza empresarial en este momento [...]	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The Economic Times</i> , 3 de mayo de 2009

<p>[...] <i>it may easily die out again.</i></p>	<p>[...] puede <i>extinguirse</i> de nuevo fácilmente.</p>	<p>Metáfora en la lengua de llegada que posee una característica, rasgo o cualidad del objeto al que se alude</p>	<p><i>The Economic Times</i>, 3 de mayo de 2009</p>
<p><i>The zombie banks are demanding to be let back into the financial mall so they can pillage the global markets anew.</i></p>	<p>Los <i>bancos zombis</i> exigen que se les permita volver a los centros financieros para que puedan <i>saquear</i> los mercados globales de nuevo.</p>	<p>Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta. Este es un caso de “metáfora</p>	<p>Bloomberg, 9 de abril de 2009</p>
<p><i>Here they come, with their staring eyes and outstretched arms, moaning incoherently and clutching at the air, teeth gnashing uncontrollably as their insatiable appetite for fresh flesh drives them forward.</i></p>	<p>Aquí vienen, <i>con los ojos fijos y los brazos abiertos, con un lamento incoherente y agarrándose el aire, con los dientes crujiendo de manera incontrolable mientras su insaciable apetito por</i></p>	<p>extendida”, ya que se conserva y sostiene la metáfora de los zombis en toda la traducción</p>	<p>Bloomberg, 9 de abril de 2009</p>

	<i>carne fresca</i> los impulsa hacia adelante.		
<i>That you and I are still alive shows that H1N1 is not the “Andromeda strain” long- predicted by scientists.</i>	Que tú y yo seguimos vivos muestra que el H1N1 no es “ <i>La amenaza de Andrómeda</i> ” que predijeron los científicos desde hace mucho tiempo.	Metáfora en la lengua de llegada que posee una característica, rasgo o cualidad del objeto al que se alude. La traducción literal debería ser “La cepa de andrómeda”, pero por razones de marketing se eligió esta traducción.	<i>The Guardian</i> , 10 de enero de 2010
<i>It started in a mood of eerie calm [...]</i>	Comenzó en un estado de calma inquietante [...]	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The Guardian</i> , 27 de diciembre de 2008

<i>[...] but then 2008 exploded into a global financial earthquake.</i>	<i>[...] pero luego 2008 estalló en un terremoto financiero global.</i>	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The Guardian</i> , 27 de diciembre de 2008
---	---	--	---

COVID-19 de 2019-2020

Texto original	Texto traducido	Método de traducción	Fuente
<i>The policies of the last two weeks might be having a real epidemiological effect.</i>	Las políticas de las últimas dos semanas podrían estar teniendo un efecto epidemiológico.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The New York Times</i> , 28 de marzo de 2020
<i>As with the body's immune system, so with the defenses of the global economy.</i>	Al igual que con el sistema inmunológico del cuerpo, también ocurre con las defensas de la economía global.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>Bloomberg Businessweek</i> , 11 de marzo de 2020
<i>There's a virtual cytokine storm going on: The all-</i>	<i>Se está produciendo una virtual tormenta de</i>	Equivalente fraseológico: se	<i>Bloomberg Businessweek</i>

<p><i>out effort to battle the disease is doing more harm to global growth than the disease itself.</i></p>	<p>citocinas: el esfuerzo total para combatir la enfermedad está causando más daño al crecimiento global que la propia enfermedad.</p>	<p>conserva la misma imagen en la lengua meta</p>	<p>k, 11 de marzo de 2020</p>
<p><i>The stock market's swoon [...]</i></p>	<p>El colapso del mercado de valores [...]</p>	<p>Metáfora en la lengua de llegada que posee una característica, rasgo o cualidad del objeto al que se alude</p>	<p><i>Bloomberg Businessweek</i>, 11 de marzo de 2020</p>
<p><i>[...] is not just a symptom of the harm the virus is inflicting on the U.S. economy, but also one of its causes.</i></p>	<p>[...] no es solo un síntoma del daño que el virus está infligiendo a la economía de los Estados Unidos, sino también una de sus causas.</p>	<p>Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta</p>	<p><i>Bloomberg Businessweek</i>, 11 de marzo de 2020</p>
<p><i>We're at War.</i></p>	<p>Estamos en Guerra.</p>	<p>Equivalente fraseológico: se conserva la misma</p>	<p><i>The New York Times</i>, 28 de</p>

		imagen en la lengua meta	septiembre de 2020
<i>New York City Faces a Financial Abyss</i>	Nueva York enfrenta un abismo financiero.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The New York Times</i> , 28 de septiembre de 2020
<i>New York, more than any large city in the world, has been forced to grapple with [...]</i>	Nueva York, más que cualquier gran ciudad del mundo, se ha visto obligada a hacer frente [...]	Metáfora en la lengua de llegada que posee una característica, rasgo o cualidad del objeto al que se alude	<i>The New York Times</i> , 28 de septiembre de 2020
<i>[...] the coronavirus outbreak's dual paths of devastation.</i>	[...] a los camino s duales de devastación del brote de coronavirus.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The New York Times</i> , 28 de septiembre de 2020
<i>The financial crisis shattered the mood of complacency. Winning the</i>	La crisis financiera destrozó el ánimo de complacencia. Ganar la	Equivalente fraseológico: se conserva la misma	<i>The Guardian</i> , 22

<i>struggle proved harder than expected; there was an attempt once victory had been declared to go back to business as usual.</i>	<i>lucha</i> resultó más difícil de lo esperado; hubo un intento, <i>una vez que se declaró la victoria</i> , de volver a la normalidad.	imagen en la lengua meta. Este es otro caso de “metáfora extendida” ya que los conceptos de “batalla” y “guerra” se conservan y sostienen en todo el párrafo	de marzo de 2020
<i>A self-inflicted economic catastrophe as a necessary policy response to contain its spread.</i>	Una <i>catástrofe económica autoinfligida</i> como respuesta necesaria en términos de políticas para contener su propagación.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	FMI, 3 de junio de 2020
<i>Australian government considers putting economy into hibernation.</i>	El gobierno australiano considera poner la <i>economía en hibernación</i> .	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The Guardian</i> , 27 de marzo, 2020
<i>Both regions are urbanized, diverse and</i>	Ambas regiones están urbanizadas, son diversas e	Equivalente fraseológico: se	<i>The New York Times</i> ,

<i>international, both were seeded with coronavirus cases around the same time.</i>	internacionales, ambas fueron sembradas con casos de coronavirus casi al mismo tiempo.	conserva la misma imagen en la lengua meta	28 de marzo de 2020
<i>The real fruits of wartime crisis management were only reaped after the end of conflict.</i>	Los verdaderos frutos de la gestión de la crisis en tiempos de guerra solo se cosecharon después del fin del conflicto.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>Foreign Policy</i> , 26 de marzo de 2020
<i>The COVID-19 pandemic is a blow to an already fragile global economic outlook.</i>	La pandemia de la COVID-19 es un golpe para un panorama económico mundial ya frágil.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	FMI, 3 de junio de 2020
<i>The virus has killed 24,000 people in the city and has sapped it of hundreds of thousands of jobs and billions of dollars in tax revenue.</i>	El virus ha matado a 24.000 personas en la ciudad y le ha quitado cientos de miles de puestos de trabajo y miles de millones de dólares en ingresos fiscales.	Metáfora en la lengua de llegada que posee una característica, rasgo o cualidad del objeto al que se alude	<i>The New York Times</i> , 16 de octubre de 2020

<i>Mounting a coordinated response will be a challenge as shockwaves reverberate around the world.</i>	Armar una respuesta coordinada será un desafío a medida que la onda expansiva resuena en todo el mundo.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>The Guardian</i> , 7 de marzo de 2020
<i>War economies can be powerful incubators of political change. But technocracy cannot make its offspring survive through its own power alone.</i>	Las economías de guerra pueden ser poderosas incubadoras de cambios políticos. Pero la tecnocracia no puede hacer que sus descendientes/ su linaje sobreviva solo con su propio poder.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	<i>Foreign Policy</i> , 26 de marzo de 2020
<i>Emerging market and developing economies face additional challenges with unprecedented reversals in capital flows as global risk appetite wanes.</i>	Las economías de mercados emergentes y en desarrollo enfrentan desafíos adicionales con reversiones sin precedentes en los flujos de capital a medida que disminuye el	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	FMI, 14 de abril de 2020

	<i>apetito por el riesgo global.</i>		
<i>The package will also help rebuild a post-COVID-19 Europe, which will be greener, more digital, more resilient and better fit for the current and forthcoming challenges.</i>	El paquete también ayudará a reconstruir una Europa pos-COVID-19, que será más ecológica, más digital, más resiliente y estará mejor preparada para los desafíos actuales y futuros.	Equivalente fraseológico: se conserva la misma imagen en la lengua meta	Comisión Europea, 17 de diciembre de 2020

Breves aspectos culturales y geopolíticos implicados en el uso de metáforas en comunicaciones económicas

Según la semántica cognitiva, el razonamiento abstracto depende, en mayor medida, del uso de metáforas conceptuales, y existen diferentes perspectivas metafóricas sobre un único dominio. Por lo tanto, podemos preguntarnos si distintas comunidades conciben ciertos fenómenos abstractos de manera diferente por las metáforas conceptuales a las que la pueden acceder más fácilmente según las convenciones lingüísticas o culturales.

En 1997, Frank Boers afirmó que la variación con respecto a la popularidad de las metáforas conceptuales se basa en múltiples parámetros (p. 49). Ciertas metáforas pueden ser más típicas en el discurso de una comunidad que en el de otra, y una de las formas de medir el nivel de popularidad o convencionalidad de cierta metáfora en una comunidad es analizando la frecuencia

de uso. El uso de este criterio de frecuencia puede indicar diferentes preferencias de imágenes en las que se basa una metáfora en determinadas circunstancias. Si la experiencia corporal es más o menos similar en todo el mundo, y los esquemas de imágenes conceptuales son universales, las distintas culturas probablemente compartan metáforas conceptuales.

Sin embargo, en distintas culturas también puede variar el esquema de imágenes específico que se agrega o acompaña al esquema de imágenes general. Por ejemplo, mientras que los ingleses toman el cuerpo humano como un todo y lo consideran un contenedor para el enojo, otros idiomas pueden mostrar preferencia por ubicar sus emociones en partes específicas del cuerpo, como la cabeza en Hungría, o el estómago en Japón (Kövécse, 1995).

Las metáforas de caminos/direcciones (*paths*): *Is this article leading anywhere?* Abundan tanto en inglés como en francés, pero (probablemente por razones históricas) el conjunto de imágenes más frecuente en inglés es el de la navegación o los barcos. La metáfora *TIME IS A MOVING OBJECT* parece ser más común en inglés británico que en el inglés estadounidense: *The Fourth of July is fast approaching/The deadline will soon be upon us* (Boers, 1997).

Hay metáforas que se construyen sobre dominios fuentes más elaborados. Por ejemplo, las metáforas de salud (*the market cure*) son más productivas en inglés que en otros idiomas. Las metáforas de jardinería (*pruning costs*) también son más frecuentes en inglés que en francés, en donde las metáforas de alimentos (*gobbling up small companies*) son más comunes (Boers, 1997).

La ideología también puede ser un parámetro para medir el uso de las metáforas. Las metáforas de la arquitectura, para algunos autores, pueden ser típicas del discurso masónico (Rigotti, 1995). En el dominio socioeconómico, las metáforas de la condición física (*slimming*

down) y las metáforas de carreras (*staying ahead of the competition*) parecen ser más comunes en una retórica de libre mercado que en un discurso con orientación socialista (Boers, 1997).

Por último, puede agregarse también el elemento del paso del tiempo y la disponibilidad de las metáforas en distintas épocas, ya que a medida que pasan los años, el uso de ciertas metáforas puede variar, ya sea por la evolución de ideologías de una sociedad, sus líderes, revoluciones, sucesos sociales, económicos, entre otros.

Uno de los ejemplos más pronunciados de esto es la metáfora que encontramos en el discurso macroeconómico sobre el concepto de seguridad social (*welfare*). A principios de los años noventa, la metáfora estándar para la seguridad social era la de protección o resguardo: “*living under the umbrella of the welfare state*”. A medida que avanzó la influencia del libre mercado, la metáfora se reemplazó por la imagen de “*safety net*”, que lleva a establecer patrones de inferencia diferentes (Boers, 1997, p. 49).

Ahora bien, las enfermedades epidémicas han constituido un importante elemento de transformación en los procesos históricos, de manera que las grandes crisis epidémicas fueron, al mismo tiempo, crisis económicas y sociales. Económicas porque, debido al “efecto contagio” ocasionado por la interdependencia de los sistemas financieros, son globales. Sociales porque provocaron alteraciones en la organización social, cambios en la estructura demográfica y en los patrones de comportamiento, pero al mismo tiempo dieron lugar a cambios significativos en los valores morales, en la identidad cultural y en la conceptualización del otro.

Estos procesos de transformación económica, social y cultural fueron mediados por numerosos discursos científicos, políticos, religiosos, mediáticos y artísticos que han construido históricamente los significados de la salud, la enfermedad y la medicina.

Podemos afirmar que la salud, considerada un aspecto y dominio conceptual concreto en la medición y clasificación de metáforas, es el dominio que se hace presente y frecuente en la realidad de una sociedad durante las crisis sanitarias para explicar nociones y conceptos abstractos de la economía.

La permeabilidad de las crisis sanitarias más recientes en el discurso económico

Entre 2002 y 2004, la enfermedad SARS, causada por una cepa de coronavirus, fue una epidemia que afectó principalmente a algunos países en Asia y a Canadá, aunque el establecimiento de medidas de prevención tuvo consecuencias sociales y económicas en todo el mundo.

Después de un período de rápida difusión, los brotes se contuvieron mediante una combinación de vigilancia, métodos de cuarentena y prohibiciones de viaje, comenzando con Vietnam, donde se declaró el fin de la transmisión local el 28 de abril de 2003. El número de casos alcanzó su punto máximo en mayo de 2003. Para el 5 de julio, se habían roto las últimas vías de transmisión y solo un pequeño número de personas todavía se estaba recuperando de la enfermedad.

La crisis de la gripe A (H1N1) en 2009 y 2010, la también llamada “gripe porcina” fue causada por un nuevo virus que mutó en los animales y comenzó a infectar a los humanos, en quienes causa una enfermedad que puede ser grave.

Entre 2009 y 2010, más de 200 países habían confirmado casos de la primera pandemia del siglo XXI. Sin embargo, la gripe A (H1N1) no puso en cuarentena ciudades o naciones enteras. En algunos países, los viajeros eran examinados, se aislaron casos sospechosos e incluso se

suspendieron las clases, pero la propagación de ese virus prácticamente no paralizó a algunas de las economías más grandes del mundo como con la pandemia de la COVID-19.

Sin embargo, la más reciente pandemia causada por la COVID-19 en pocos meses afectó a la mayor parte de la población mundial como ninguna otra en un siglo, con un grave impacto sanitario, económico y social. Este virus es dos veces más transmisible que el virus de la gripe A (H1N1) y es también más letal. Según los expertos, nos encontramos ante una crisis que también tendrá consecuencias catastróficas en la economía.

En una declaración de marzo de 2020, la jefa del FMI, Kristalina Georgieva, definió el impacto del coronavirus en la economía con algunas de las siguientes frases: “Los costos humanos de la pandemia del coronavirus ya son inmensurables, [...] el impacto económico es y será grave. [...] Muchos países ya están tomando medidas que no tienen precedentes”.

Entre las metáforas que arrojó el análisis de algunas de las comunicaciones económicas de estas tres pandemias, encontramos metáforas alusivas a la enfermedad y la salud. Por lo tanto, podemos afirmar que el uso de un determinado dominio fuente para el mapeo metafórico incrementa cuando se vuelve predominante en la experiencia diaria.

En el contexto de una pandemia o crisis sanitaria, las personas enfrentan una amenaza contra la salud; por lo tanto, la consciencia sobre su cuerpo varía, particularmente si este empieza a funcionar mal, por ejemplo, si un individuo se enferma o tiene síntomas a causa de algún virus.

Los problemas de salud, los síntomas, las reacciones del cuerpo, las sensaciones, el modo en que el virus actúa en cada organismo, entre otros aspectos, comienzan a ser el tema central durante estas pandemias, porque son problemas a los que toda la sociedad queda expuesta, y es en estos casos cuando los encargados de realizar las comunicaciones económicas utilizan la

experiencia corporal como dominio fuente para el mapeo metafórico durante el tiempo que dure esta pandemia.

Existe la sensación de que podemos comprender mejor cómo opera el virus en la economía, las políticas públicas, el colapso de los mercados, la caída de la bolsa, la ralentización de la economía, entre otros, y cuáles son sus futuras consecuencias en el ámbito económico, cuando las comunicaciones económicas se explican en términos de la metáfora de LA ECONOMÍA ES UN PACIENTE, cuando se utiliza el concepto más concreto del virus, por ejemplo, como atacante de los mercados, su propagación a través de la economía, generando una economía poco saludable, buscando sus signos de recuperación, tratamientos propuestos, etc.

Como resultado, puede interpretarse la permeabilidad de una propagación de un virus o de una pandemia en todos los aspectos de la vida diaria, no solo en las personas y en su organismo humano, sino también en la economía, las políticas monetarias, los mercados, las empresas, entre otros, que pasan a ser “personificados” y comienzan a padecer las mismas dolencias y síntomas que los seres humanos.

En particular, durante el brote de la pandemia de la gripe A (H1N1) en 2009, que coincidió con una grave recesión financiera mundial que venía de años anteriores (2007-2008), las comunicaciones económicas se basaron en gran medida y explícitamente en el vocabulario de enfermedades infecciosas y conceptos importados de la epidemiología para explicar el derrame de volatilidad y difusión de los problemas a través de un sistema intrafinanciero caracterizado por su complejidad.

A continuación, se enumeran algunas de estas analogías de enfermedad, infección, y contagio que impregnaron las comunicaciones económicas de la recesión de 2008:

Av. Alicia Moreau de Justo 1300. Puerto Madero. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. C1107AAZ.
Teléfono: (011) 4349-0200 c. e.: depto_lenguas@uca.edu.ar

*The economist Robert J. Shiller (2008) commented on the **infectious exuberance** which had characterized the subprime housing market, observing that **financial bubbles are like epidemics** and we should treat them both the same way*

*Timothy Geithner, U.S. Secretary of the Treasury, observed in early 2008, following the loan defaults and the Federal Reserve's bailout of Bear Stearns, the brokerage firm and investment bank: **Contagion spreads, transmitting waves of distress to other markets***

*To many economists and financial theorists, the **global spread of the U.S. financial flu held out the real prospect of a pandemic***

*Roubini and Mihm (2008) asserted: "History confirms that **crises are much like pandemics: they begin with the outbreak of a disease that then spreads, radiating outwards**"*

Vemos en estos ejemplos una penetración lenguaje epidemiológico en los textos especializados. Estamos ante un modelo teórico y un lenguaje técnico de un dominio (epidemiología y salud pública) que migra a otro (economía y finanzas).

Ahora bien, como ya se ha mencionado, la salud no es el único campo que permitió estructurar la realidad macroeconómica o de salud en tiempos de crisis sanitarias. Existen otras metáforas estructurales muy profusas, siguiendo la clasificación de Lakoff, que surgen cuando hay dificultades de salud pública, como LA SOCIEDAD/ECONOMÍA ES UN CAMPO DE BATALLA.

Richard Gwyn (1999) afirmó, hace dos décadas, que las metáforas más asociadas al discurso económico y que predominan en relación con este tema son aquellas de invasión y guerra: "*The metaphoric resonance of the war against an invasive disease is central to an understanding of illness as something external to the individual, an exogenous entity to be battled with*" (p. 205).

El poder de la metáfora militar yace en su habilidad de colocar a las personas en un estado de miedo y actividad preventiva para movilizarse ante una emergencia. El enemigo puede imaginarse de manera pictórica. Es un enemigo sin rostro.

En una pandemia, la sociedad se siente bajo amenaza y, en estas ocasiones, nace un espíritu de resistencia, y los medios reaccionan ante esa amenaza utilizando el lenguaje que mejor lo describe. Los primeros mandatarios de las naciones, líderes de organizaciones mundiales y responsables de políticas económicas han utilizado vocabulario y metáforas militares para dirigirse a la sociedad en varias ocasiones durante estos eventos pandémicos.

Durante la crisis financiera mundial de 2008, los responsables de la formulación de políticas utilizaban un lenguaje bélico para describir sus esfuerzos de estabilización, invocando “*big bazookas*” y “*shock and awe*”.

Sin embargo, y específicamente en el Reino Unido, la cobertura del SARS en 2003 y 2004 no incluyó una gran cantidad de metáforas militaristas. Por ejemplo, se utilizó más el término *battle*, en lugar de *war* para describir las respuestas al SARS, como cuando los reporteros describieron *the WHO “battling” against the virus*. El contexto inmediato de la guerra en Irak puede haber jugado un papel en esto, empujando a los comentaristas a crear sistemas discursivos distintivos para las dos historias.

Otro aspecto importante fue que la rápida transmisión del SARS a varios países evidenciaba que no era propiedad de una sola nación de origen. De manera constante, la OMS se presentó como “trabajando con” o “apoyando” a las autoridades nacionales en un “esfuerzo de colaboración” y “asociación”. Esto también significó que no hubo un momento en el que “se declarara la guerra” contra el SARS.

También puede ser la gravedad de la crisis sanitaria lo que haya determinado el alto número de metáforas bélicas en el discurso de la COVID-19. Pareciera ser que las metáforas de la guerra se utilizan de forma más destacada cuando la relación con la enfermedad es personal o se percibe como una amenaza para una nación, y esto lo notamos con mucha prominencia en el discurso del expresidente de EE. UU.

Al comienzo de la pandemia, el expresidente Donald Trump, proporcionó una explicación simple del virus que causa la enfermedad COVID-19, el SARS-CoV-2, y cómo respondería. Se posicionó como presidente en tiempos de guerra (*wartime president*) y declaró la guerra al SARS-CoV-2. Este nuevo posicionamiento fue ampliamente establecido como la nueva forma para que el público estadounidense entendiera este virus.

La BBC informó que Trump consideraba que el país estaba en pie de guerra (*on a war footing*) para combatir el virus. Steve Bannon, exestratega de la campaña electoral de Trump, afirmó a *The Guardian*: “Estamos en guerra y ahora, por necesidad, él es un presidente en tiempos de guerra”. *Time* informó: “El presidente Lyndon B. Johnson declaró una guerra contra la pobreza. El presidente Richard Nixon declaró la guerra a las drogas. Ahora el presidente Donald Trump declaró la guerra contra un virus”.

La guerra generalmente se declara contra una nación a la que el declarante acusa de agresión o irregularidad. En las declaraciones tradicionales de guerra (*war*), hay un enemigo (*enemy*). En principio, Trump, pareció reconocer que era difícil saber quién era el responsable e identificar a este enemigo. Sin embargo, a medida que el virus avanzaba, a través de sus declaraciones públicas, creó una asociación clara con un Estado-nación para que ocupara el lugar de enemigo, la República Popular China:

I would like to begin by announcing some important developments in our war against the Chinese virus [...] We'll be invoking the Defense Production Act, just in case we need it. In other words, I think you all know what it is, and it can do a lot of good things if we need it. (Declaración de Trump a la prensa, recuperada de ge.embassy.gov, 18 de marzo de 2020)

Al ubicar al enemigo como un “virus chino”, Trump no solo activa una retórica xenófoba, sino que también corre el riesgo de dañar la investigación, la información y las relaciones comerciales internacionales que pueden ser necesarias para responder al SARS-CoV-2. Nombrar al SARS-CoV-2 como un virus chino también distrae la atención de un enemigo compartido para reforzar las divisiones entre los Estados Unidos y la República Popular China.

La retórica de Trump crea una tensión entre una realidad que podría beneficiarse de la colaboración y cooperación internacional y una metáfora que enfatiza el aislacionismo y el unilateralismo. Y, al hacerlo, socava las respuestas políticas internacionales efectivas a la amenaza de la COVID-19.

Esta es una demostración de que las comunicaciones económicas y el uso de metáforas predominantes en ciertos períodos de crisis económicas pueden variar dependiendo del estilo de gobierno y/o presidente que se encuentre en ejercicio de sus funciones en ese momento, su ideología política, perfil, cualidades, enfoque y características.

A diferencia de las comunicaciones económicas de las crisis sanitarias de años anteriores, la naturaleza de la respuesta global a la COVID-19 hace que la metáfora de la economía en tiempos de guerra sea aún más relevante en la actualidad: actualmente, los gobiernos tienen que gestionar una emergencia de salud pública al mismo tiempo que los bancos centrales actúan para calmar los mercados financieros, se despliegan fuerzas armadas para construir hospitales y los movimientos

de los ciudadanos están restringidos por el distanciamiento social. Todos escenarios que suceden al mismo tiempo.

En los siguientes discursos, encontramos otros ejemplos de metáforas de guerra de otros mandatarios en tiempos de coronavirus:

*Is the **world at war** with the coronavirus? Last month, Xi Jinping called the Chinese suppression effort a **people's war**, while Emmanuel Macron declared that France is **at war** with COVID-19. As the global response to the pandemic gathers steam, the rhetoric of **wartime mobilization** is everywhere. In Italy, the worst-affected country in Europe, the government's anti-virus czar has called for the country **to equip itself with a war economy to confront the disease** (Recuperado de: www.foreignpolicy.com, 26 de marzo de 2020)*

*In his first podium speech since he left intensive care earlier this month, Boris Johnson described coronavirus as a **physical assailant**. It was **an unexpected and invisible mugger**, he told the nation, giving a colorful twist to the martial metaphors he and his cabinet have tended to use when talking about the disease. In March, he described the crisis as a **fight in which every one of us is directly enlisted** (*The Guardian*, 27 de abril de 2020)*

Sin embargo, estas no son las únicas metáforas que hemos encontrado. El análisis del corpus también demostró que las comunicaciones económicas hacen uso de metáforas que aluden a las reacciones del cuerpo, las metáforas ontológicas, siguiendo la clasificación de Lakoff.

Durante la cobertura del SARS, especialmente en comunicaciones económicas del Reino Unido, constantemente se personificó al virus y se describía su “agresión física” a la economía y a la sociedad: *SARS slammed shares, hurt businesses, hammered corporations, knocked profits, damaged states, gripped cities*, entre otros.

En esos años, el turismo era *the world's punchbag*, las aerolíneas *SARS-battered*, y los términos más utilizados para describir sus efectos fueron: *impact* y *hit*. Las mismas metáforas aparecían regularmente en las descripciones del impacto físico del SARS en las personas. El SARS *attacked people's lungs, people were struck down, fighting to survive*.

Además de las metáforas de la salud, de la guerra y las personificaciones, los fenómenos meteorológicos y desastres naturales también aparecen como imágenes de las metáforas prevalentes en las comunicaciones económicas durante estas crisis.

La economía puede imaginarse como un hábitat afectado por fenómenos naturales difícilmente controlables, y en el contexto de las crisis sanitarias, las metáforas que aluden a esta imagen suelen usarse con frecuencia para describir el efecto sorpresa y nocivo que pueden tener los virus sobre los distintos aspectos de las políticas económicas, la macroeconomía, los mercados, entre otros.

Ante el aumento de la transmisión y la mortalidad de estos virus en todo el mundo, particularmente durante la más reciente pandemia de 2019-2020, muchos comunicadores han descrito esta pandemia emergente como una “tormenta perfecta” (*the perfect storm*), una caracterización que evoca una sensación de anomalía e imprevisibilidad. De hecho, una “tormenta perfecta” se define como “una tormenta particularmente feroz que surge de una rara combinación de factores meteorológicos adversos”.

Algunas de las razones de la alta tasa de transmisión y mortalidad de estas enfermedades están más allá del control humano. Sin embargo, una miríada de fuerzas biológicas, ambientales, sociales y políticas dan forma a la propagación de estas enfermedades en todo el mundo, y la forma en que conceptualizamos la interacción de estas fuerzas es importante. ¿Son las epidemias el

resultado de una combinación de fuerzas inusuales e impredecibles, como sugeriría la noción de tormentas perfectas? ¿O están sustancialmente moldeados por acciones (e inacción) humanas bien entendidas y de larga data como aquellas más estratégicas adoptadas en tiempos de guerra?

Los brotes de estas enfermedades no son eventos discretos: reflejan cambios complejos en los ecosistemas, y durante cada una de estas epidemias recientes, los titulares de la “tormenta perfecta” fueron omnipresentes. Invocar tormentas perfectas en tales casos resta importancia a la capacidad de las autoridades para anticipar y prevenir epidemias antes de que surjan.

El lenguaje de desastres naturales en las comunicaciones de los medios o informes técnicos elude conversaciones importantes sobre responsabilidades de los gobiernos por la frecuencia de las zoonosis emergentes, así como sobre los efectos desproporcionados de estas crisis en las personas y economías más vulnerables del mundo. Álvarez-Peralta (2014), figura del periodismo español, destaca que “la metáfora del desastre natural recurre a un símil entre la crisis económica y el desastre natural así se libera de toda culpa a los actores económicos y se muestra la crisis como un hecho inevitable e incontrolable” (p. 335).

Las epidemias no son simplemente eventos naturales: también son el resultado de acciones humanas, tanto en su aparición como en su contención. Si tratamos cada nueva epidemia como una tormenta perfecta, se vuelve mucho más difícil construir la convicción de que podemos prepararnos para la próxima crisis.

Por último, otra de las imágenes que surgen del corpus de metáforas analizadas de la cobertura de los medios para estas enfermedades infecciosas, es el de LA SOCIEDAD O LA ECONOMÍA ES UN ESCENARIO APOCALÍPTICO O MUNDO DISTÓPICO.

Por ejemplo, a medida que se propagaba la COVID-19, y más y más personas comenzaban a practicar el distanciamiento social, los principales medios de comunicación como el *Washington Post*, entre otros, se han referido a la crisis resultante como el “apocalipsis zombi”, citando, por ejemplo, la inquietud de las “calles vacías del apocalipsis zombi” (*the eeriness of zombie-apocalypse empty streets*).

Un sitio web de Australia publicó un artículo que afirmaba lo que toda la sociedad veía en esta época:

It's almost like watching the opening scenes of a zombie apocalypse movie. Streets that should be filled with cars as people trying to get to their jobs are eerily vacant, with only the breeze passing over them. It's not a zombie apocalypse, of course, but it is Los Angeles in the midst of the COVID-19 pandemic. (Recuperado de www.manyofmany.com, 1 mayo de 2020)

Los zombis funcionan como “significantes vacíos”: no significan una cosa, sino que pueden usarse para explorar cómo los humanos responden a una amplia gama de problemas y crisis, incluido “el otro”, la enfermedad, la decadencia social, problemas ambientales y los enigmas éticos que pueden crear.

En el caso de estas pandemias, comienzan de la misma manera que se representan las plagas de zombis: primero, en los medios de comunicación aparecen tentativamente informes vagos de una nueva enfermedad, pero con un epicentro lejos de nosotros; pronto, la enfermedad parece estar empeorando y extendiéndose exponencialmente, el origen permanece oscuro, las personas a cargo no parecen estar de acuerdo con una respuesta coordinada, la vida normal se interrumpe y eventualmente las fronteras pierden sentido a medida que la infección viral crece sin control.

Así como las películas de zombis no se tratan realmente de zombis, las pandemias se tratan menos del virus y más de nuestras respuestas individuales y comunitarias a los trastornos repentinos en nuestra vida diaria.

Las comunicaciones económicas reflejan ese mismo escenario apocalíptico en el ámbito de la macroeconomía a través de sus metáforas y alusiones a conceptos más concretos como el del virus como un agente externo que ataca compañías, vacía calles, derriba políticas monetarias, devora ingresos y provoca que los mercados financieros queden desolados, y generan consciencia sobre las acciones que deben tomar los responsables de políticas para revertir este escenario devastador.

En español, las comunicaciones económicas también arrojaron una serie de metáforas durante esta pandemia, no solo en artículos escritos sino en discursos orales, en todas las esferas.

En América Latina, en el momento en que este virus llegó al país, la sociedad ya tenía conocimiento de lo que estaba sucediendo en otras partes del mundo, como Europa y Asia, donde había atacado en primer lugar, y el discurso de los líderes políticos era el de preparar a la sociedad y las medidas sanitarias como un ejército en las líneas de fuego para combatir a este enemigo. Vemos que la metáfora bélica es bastante frecuente.

No obstante, a diferencia del discurso de Trump en los Estados Unidos, este discurso bélico fue criticado por sociedades que vivieron guerras recientes. Por ejemplo, en Colombia, el epidemiólogo Julián Alfredo Fernández, dijo:

Esta es una oportunidad histórica para construir una narrativa de lucha común, sin fronteras y sin violencia, por un imperativo donde triunfa el conocimiento sobre la muerte. Los

médicos, médicas, las enfermeras merecen su propia narrativa. ¿Por qué poner como punto de referencia del heroísmo al soldado? (*El País*, 4 de abril, 2020)

En el mismo artículo, Alejandro Gaviria, Rector de la Universidad de los Andes afirma: [...] puede llevarnos a creer que esto se soluciona con la fuerza, no con pedagogía democrática, sino con represión. Esto es un momento además en el cual la humanidad debe estar unida, lo que contradice esencialmente esa idea de la guerra. (*El País*, 4 de abril, 2020)

Asimismo, el coronavirus y la pandemia se han personalizado y personificado, adquiriendo caracteres humanos o sobrehumanos: monstruo, agresor, diabólico, perverso, así como acciones: mata, agrede, ataca.

El presidente argentino, Alberto Fernández, se ha referido al coronavirus, en repetidas ocasiones durante sus discursos como “un enemigo invisible”, “un enemigo sin rostro”, “un agente externo que está entre nosotros y tenemos que exterminar”, entre otros, incluso se lo ha comparado a diferentes catástrofes naturales: incendio, ola, tsunami, tormenta.

Desde España, en 2020 se desarrolló una interesante iniciativa planteada por Inés Olza, investigadora del ICS de la Universidad de Navarra, en Madrid, llamada #ReframeCovid, que busca superar el marco lingüístico bélico sobre el coronavirus y apostar por otro más inspirador, que genere más adhesión a normas como el confinamiento.

Esta propuesta abrió un documento colaborativo para crear un corpus de metáforas sobre el coronavirus. Así, han detectado ejemplos de figuras retóricas relacionadas con el deporte (“con el coronavirus no se juega”, “el partido con la COVID-19 continúa”), el mar (“remar juntos”,

“oleada de solidaridad”), o de la naturaleza (“avalancha de cooperación y buena voluntad”), entre otros ámbitos.

Olza recomienda, asimismo, recurrir a metáforas espaciales: “nuestras casas y ciudades quedarán libres de virus” en vez de “ganar la batalla al virus”; o “debemos recuperar juntos nuestros espacios de salud” en lugar de “hay que vencer juntos al enemigo”.

Estas iniciativas reflejan el hecho de que el uso de estos entramados metafóricos permea en la sociedad y pueden no siempre tener efectos positivos.

Conclusiones e implicancias para la comunidad de traductores

Como herramientas destinadas a popularizar o condensar temas complejos, o para traducir discursos altamente especializados, las metáforas guían nuestras percepciones e interpretaciones de la realidad y nos ayudan a enmarcar nuestras visiones y objetivos, jugando un papel central en la construcción de la realidad social y política.

Como tal, el uso de metáforas en las comunicaciones económicas tiene el potencial de influir en los significados que los lectores asocian con los temas que se informan, que a su vez pueden manifestar cambios en el comportamiento y la toma de decisiones.

A raíz de las crisis económicas, las turbulencias en los mercados financieros y las consecuencias sociales y culturales causadas por las enfermedades epidémicas, las noticias sobre el tema no solo aparecen en informes de inversores o textos especializados, sino que ocupan la primera plana en el periodismo económico o la “prensa salmón” que, gracias a las nuevas tecnologías, tienen mayor difusión en el mundo.

Las noticias económicas, a través del lenguaje metafórico presente en ellas, aluden a imágenes particulares de las situaciones adoptando un marco característico. Las características de este encuadre podrían resumirse en la dependencia de los códigos culturales para su correcto manejo y en la habilidad de presentar una cuestión de un modo particular mediante la acentuación de ciertos aspectos de la realidad.

De la misma manera, las metáforas conceptuales operan enfocando ciertos rasgos de un concepto y difuminando otros. Por consiguiente, el poder de transformación de la realidad que encierra la metáfora conceptual les confiere protagonismo en el periodismo económico.

Durante los sucesos de las crisis sanitarias causadas por epidemias en una sociedad, tanto el idioma inglés como el español presentan una abundante cantidad de metáforas en el discurso económico. Existen muchas similitudes en la manifestación de las crisis económicas en los distintos textos de ambos idiomas, y las discrepancias suelen localizarse en la frecuencia de uso y en el sentido que adquieren las expresiones en cada contexto. Por lo tanto, el traductor, intérprete o profesional de la lengua tiene un gran abanico de elecciones al cual recurrir a la hora de enfrentarse a un texto que presente estas características.

Al abordar un texto, el traductor deberá realizar un análisis integral que tenga en cuenta, como ya se ha dicho, la situación comunicativa, la forma del enunciado y el sentido que este cobra. La elección de un equivalente fraseológico, otra metáfora con un sentido similar o la utilización de paráfrasis, entre otros métodos ya mencionados, dependen, en gran medida, de la evaluación que haga el traductor o profesional de la lengua y de los aspectos culturales y geopolíticos implicados en el uso de las metáforas.

Debido a que las metáforas no son universales, sino culturales, el traductor podría tener que enfrentarse a un problema en el trasvase de este recurso de una lengua a otra. Durante el trasvase lingüístico, el traductor deberá considerar y prestar mayor atención, en primer lugar, al bagaje cultural que encierra el lenguaje metafórico. La metáfora es fruto de convenciones culturales compartidas por emisor y receptor, de lo contrario, no podría cumplir con su cometido de articulación de la realidad.

El uso de cierto tipo de metáforas que aluden a imágenes específicas en diferentes contextos culturales aportará una comprensión del encuadramiento cultural y metafórico que se le da a una enfermedad en las distintas sociedades. El entorno cultural en el que viven las personas afecta el modo en el que perciben el mundo y, por ende, sus patrones de conducta, afectivos y cognitivos en respuesta a una pandemia.

Las metáforas del corpus analizado son convencionales y se corresponden con el catálogo disponible hasta ahora para transmitir un periodo de depresión económica. Todos los dominios fuente empleados para representar la crisis están presentes en el imaginario de las culturas anglosajona y de habla hispana, y tanto el inglés como el español disponen de las herramientas necesarias y las expresiones metafóricas de cada dominio para transmitirlos.

George Lakoff (1980) señaló: “*The metaphors we choose both reflect our prejudices and influence our approach to the world*” (p. 19). Por lo tanto, la estrategia de traducción que se elija dependerá de los diversos elementos de la situación comunicativa que, en este caso, se podrían resumir en la temática económica, el emisor experto o semiexperto, el receptor experto o lego y las funciones informativa y apelativa. En ese marco, el traductor no debe menospreciar la intencionalidad del periodismo económico y su papel en la difusión de una ideología determinada.

La enfermedad y la salud pueden concebirse como dominios conceptuales concretos a partir de los cuales pueden desarrollarse descripciones metafóricas que pretendan explicar nociones y conceptos abstractos de la economía, y estos pueden predominar en los textos de este campo de especialidad cuando se hacen presentes en la realidad de una sociedad.

Los desastres naturales como dominios conceptuales establecen un tono mediante el cual se intenta convencer a la población de que la contención de la enfermedad puede ser más difícil de alcanzar dada la naturaleza imprevisible e inmediata de estos sucesos, y que se esperan meses de incertidumbre y vulnerabilidad.

El lenguaje bélico revive el concepto de la responsabilidad social y civil, enfatizando a la vez la idea de que cada individuo tiene un rol que ocupar a la hora de contener la propagación de la enfermedad. También sienta las bases para que las autoridades puedan establecer medidas y políticas sin ningún tipo de resistencia, ya que se está luchando contra “un enemigo común”.

Los relatos de ficción y escenarios apocalípticos implican la idea de que la sociedad y sus acciones suponen una amenaza para el individuo y construyen modelos cognitivos para las crisis epidémicas sobre las distintas actuaciones de los diferentes protagonistas en estos hechos, tanto ciudadanos como las propias instituciones sanitarias o políticas.

Las metáforas conceptuales de las que parten son metáforas asentadas en el discurso económico. El traductor debe identificar, entonces, el dominio fuente al que pertenece la expresión metafórica y buscar su equivalente en la lengua meta, siguiendo los procedimientos propuestos.

Este trabajo no es restrictivo, y se espera que ayude a dar un paso más en el análisis de este recurso. Pretende que los futuros traductores, profesionales de la lengua e intérpretes tomen conciencia de que no todas las metáforas o sintagmas metafóricos se traducen igual, que existen

cuestiones políticas y de temporalidad que debemos considerar. Apunta al rol de estos profesionales, para que eviten la traducción de un texto sin tener en cuenta las consideraciones expuestas y el uso de la traducción mecánica, donde se realiza un trasvase con independencia de motivaciones discursivas específicas.

Creemos que todas las nociones aquí expuestas pueden constituirse en el puntapié para que los traductores, cada vez más, tomemos muy en cuenta el contexto histórico y social en el que se produce un texto y podamos reflejarlo en el texto meta. Esto contribuirá a que nuestro trabajo opere como un acto comunicativo producido en un contexto específico que ha de estar marcado por cuestiones socioculturales determinadas.

Referencias

- Aristóteles (1457). *Poética*. Traducción de J. D. García Bacca (1946). UNAM.
- Álvarez García, C. (2010). Estudio del lenguaje de especialidad económico: el lenguaje del comercio internacional. En *Entreculturas: revista de traducción y comunicación intercultural* (Vol. 3 , pp. 279-290).
- Álvarez-Peralta, M. (2014). El poder de las metáforas en el periodismo económico en Saiz Echezarreta, V. y López Cepeda. A. M. (Eds.) *Los discursos del poder. Actas del XIV Congreso de la Asociación Española de Semiótica* (pp. 333-346). Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Boers, F. (1999). When a bodily source domain becomes prominent: the joy of counting metaphors in the socio-economic domain. En Gibbs, R. Jr. y Steen G. (Ed.) *Metaphor in cognitive linguistics. Selected papers from the fifth international cognitive linguistics conference* (p. 47). John Benjamins B.V.
- Cabré, M. T. y Domènech, O. (2001). Terminologia i tipologia textual: com establir el nivell d'especialització d'un text científicotècnic. En Muñoz, C. (Coord.). *Trabajos en lingüística aplicada* (pp. 543-548). AESLA, Univerbook, SL.
- Croft, W. y Cruse, A. (2004). *Cognitive linguistics*. The Press Syndicate of the University of Cambridge.
- Eco, U. (1992). *De los límites de la interpretación*. Editorial Lumen.
- Fox, N. (1993). *Postmodernism, Sociology and Health*. Open University Press.

- Fuertes Olivera, P. A. (1998). Metaphor and translation: a case study in the field of Economics. En Fernández Nistal, P. y Bravo Gonzalo, J. M. (Eds.) *La traducción: orientaciones lingüísticas y culturales* (pp. 79-95). Valladolid: SAE.
- Gibbs, R. Jr. (1999). Researching metaphor. En Lynne, C. y Low, G. (Ed.) *Researching and applying metaphor* (p. 29). Cambridge University Press.
- Gibbs, R. Jr. (1999). Taking metaphor out of our heads and putting it into the cultural world. En Gibbs, R. Jr. y Steen G. (Ed.) *Metaphor in cognitive linguistics. Selected papers from the fifth international cognitive linguistics conference* (p. 145). John Benjamins B.V.
- Grady, J. (1999). A typology of motivation for conceptual metaphor: correlation vs. resemblance. En Gibbs, R. Jr. y Steen G. (Ed.) *Metaphor in cognitive linguistics. Selected papers from the fifth international cognitive linguistics conference* (p. 79). John Benjamins B.V.
- Gwyn, R. (1999). Captain of my own ship: Metaphor and the discourse of chronic illness. En Lynne, C. y Low, G. (Ed.) *Researching and applying metaphor* (p. 203). Cambridge University Press.
- Jakobson, R. (1988). *El marco del lenguaje*. Fondo de Cultura Económica
- Kelly, G. A. (1955). *The psychology of personal constructs. Vol. 1. A theory of personality. Vol. 2. Clinical diagnosis and psychotherapy*. W. W. Norton.
- Kövecses, Z. (2002). *Metaphor: A practical introduction*. Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (1999). Metaphor: Does it constitute or reflect cultural models? En Gibbs, R. Jr. y Steen G. (Ed.) *Metaphor in cognitive linguistics. Selected papers from the fifth international cognitive linguistics conference* (p. 167). John Benjamins B.V.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.

- Pérez G., R. (2010). *Estudio cognitivo-contrastivo de las metáforas del cuerpo*. Editorial Peter Lang.
- Lakoff, G. (1987). *Women, fire and dangerous things. What categories reveal about the mind*. The university of Chicago Press.
- Lakoff, G. y Johnson M. (1999). *Philosophy in the flesh. The embodied mind and its challenge to western thought*. Basic Books.
- Martínez, M. (2007). El lenguaje de las ciencias económicas. En Alcaraz Varó, E, Mateo Martínez, J. y Yus Ramos, F. (Ed.) *Las Lenguas Profesionales y Académicas* (pp. 191-203). Book Print Digital.
- Ramacciotti Giorgio, S. (2016). La metáfora en el discurso económico. Sentido y expresividad. En *Universidad del Museo Social Argentino: Instituto de investigación Conceptos. Dossier especial: Las tramas de la traducción* (Año 91, No. 497). UMSA.
- Ramacciotti Giorgio, S. (2018). Importaciones lingüísticas. Préstamos y calcos en las finanzas. En *Universidad del Museo Social Argentino: Instituto de investigación Conceptos. Dossier especial: De la metodología a la práctica* (Año 93, No. 503). UMSA.
- Ramacciotti Giorgio, S. y Rodil, V. (2018). *Glosario económico-financiero. Uso metafórico de voces*. Segunda edición aumentada y revisada. UMSA.
- Ramacciotti Giorgio, S. (2008). La metáfora como elemento constitutivo del discurso económico. Una aproximación desde el análisis de texto. En Cabré, M. T., Bach, C. y Tebé, C. (Ed.) *Literalidad y dinamicidad en el discurso económico* (pp. 147-161). Institut Universitari de Lingüística Aplicada.
- Ricoeur, P. (2001) *La metáfora viva*. Éditions Du Seuil, París.

Ricoeur, P. (2009) *Educación y política*. Prometeo Libros.

Russo, A. (2007). Dificultades prácticas en el desarrollo de la terminología económica orientada a la traducción. En Cabré, M. T., Bach, C. y Tebé, C. (Ed.) *Literalidad y dinamicidad en el discurso económico* (pp. 17-57). Institut Universitari de Lingüística Aplicada.

Steen, G. (1999). Metaphor and discourse: Towards a linguistic checklist for metaphor analysis. En Lynne, C. y Low, G. (Ed.) *Researching and applying metaphor* (p. 81). Cambridge University Press.

Steen, G. (1997). From linguistic to conceptual metaphor in five steps. En Gibbs, R. Jr. y Steen G. (Ed.) *Metaphor in cognitive linguistics. Selected papers from the fifth international cognitive linguistics conference* (p. 57). John Benjamins B.V.

Sitios visitados

(Todos los sitios se consultaron entre enero y diciembre de 2020 y enero y febrero de 2021)

<https://del.rae.es/>

<https://www.nytimes.com/>

<https://www.theguardian.com/international>

<https://www.economist.com/>

<https://www.batimes.com.ar/>

<https://www.washingtonpost.com/>

<https://foreignpolicy.com/>

<https://www.ft.com/>

<https://www.imf.org/external/index.htm>

Av. Alicia Moreau de Justo 1300. Puerto Madero. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. C1107AAZ.
Teléfono: (011) 4349-0200 c. e.: depto_lenguas@uca.edu.ar

<https://www.worldbank.org/>

<https://www.bloomberg.com/>

<https://ec.europa.eu/commission/>

<https://www.cepal.org/es>

<https://www.brookings.edu/>

Artículos consultados

Cardini, F. *Analyzing English metaphors of the economic crisis*. <http://siba-ese.unisalento.it>

Charteris-Black, J. y Musolff, A. *'Battered hero' or 'innocent victim'? A comparative study of metaphors for euro trading in British and German financial reporting*. En *English for Specific Purposes* (vol. 22, n.º 2, pp. 153-176) URL: www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0889490602000121

Balabanian, G. *The use and misuse of metaphorical language in economics*. Conference Paper. URL: <https://austrianstudentconference.com/wp-content/uploads/2018/02/ASSC-2018-Balabanian-George.pdf>

Xia, J. *Economic metaphors in English newspapers*. URL: www.diva-portal.org/smash/get/diva2:321193/FULLTEXT01.pdf

Zhangyunhao. *Plant metaphors in English economic newspaper texts*. URL: www.diva-portal.org/smash/get/diva2:398161/FULLTEXT01.pdf

Klamer, A. y Leonard, T. *So what's an economic metaphor?* URL: www.cambridge.org/core/books/natural-images-in-economic-thought/so-whats-an-economic-metaphor/7FD955BF82FFDF4DA1F0CECE6C915674

Av. Alicia Moreau de Justo 1300. Puerto Madero. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. C1107AAZ.
Teléfono: (011) 4349-0200 c. e.: depto_lenguas@uca.edu.ar

- Fajardo Uribe, L. *La lingüística cognitiva: principios fundamentales cuadernos de Lingüística Hispánica* (núm. 9, enero-julio, 2007, pp. 63-82) Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia Tunja-Boyacá, Colombia. URL: www.redalyc.org/jatsRepo/5155/515552626003/html/index.html
- World Bank Group (2020) *How two tests can help contain COVID-19 and revive the economy*. <http://documents.worldbank.org/curated/en/766471586360658318/pdf/How-Two-Tests-Can-Help-Contain-COVID-19-and-Revive-the-Economy.pdf>
- Metaphors of the Crisis – A reflection of the global financial situation. URL: www.strategiimanageriale.ro/papers/130407.pdf
- Hooker, L. (28 de noviembre de 2014). *The Seven best metaphors for the economy*. BBC. URL: www.bbc.com/news/business-30208476
- Smith, G. (1995) *How High Can a Dead Cat Bounce?: Metaphor and the Hong Kong Stock Market*. En *Hong Kong Papers in Linguistics and Language Teaching* (vol. 18 p43-57)
Recuperado de: www.semanticscholar.org
- Solana, I. (2 de abril de 2020). #ReframeCovid: una iniciativa para pasar del marco lingüístico bélico sobre el coronavirus hacia otro que cohesione a la población. Recuperado de <https://www.unav.edu/>