

# La construcció metafòrica de la realitat als mitjans de comunicació de massa.

## Anàlisi aplicada als titulars de premsa

Elvira Teruel Planas

Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Comunicació.  
Departament de Filologia Catalana. 08193 Bellaterra (Barcelona), Spain

Rebut: maig/1994

### Resum

L'article és un estudi lingüístic del discurs periodístic de massa. L'anàlisi se centra en els titulars de premsa que contenen metàfores i respon a plantejaments retòrics, pragmàtics i cognitius. Aquesta anàlisi aplicada a les expressions metafòriques dels titulars pretén endinsar-se en el que simbòlicament és denominat per l'autora la *caixa negra* del pensament social. L'article és, doncs, un estudi pragmàtic de la metàfora com a peça del llenguatge, que reflecteix una determinada manera de veure el món; i un estudi del llenguatge periodístic com a versionador i constructor de la realitat. (Autora)

**Paraules clau:** metàfora, titulars premsa, pragmàtica, construcció mediàtica de la realitat.

**Abstract.** *The metaphorical construction of reality in the mass media. Analysis applied to press headlines*

The article is a linguistic study of mass journalism discourse. The analysis focuses on newspaper headlines containing metaphors and is based on pragmatic and cognitive theoretical approaches. This analysis, applied to metaphorical expressions used in newspaper headlines, aims to probe into what the author symbolically calls the «black box» of social thought. The article is, therefore, both a pragmatic study of metaphor as an item of language which reflects a certain way of seeing the world, and a study of journalistic language as shaper and builder of reality. (Author)

**Key words:** metaphor, newspaper headlines, pragmatics, media's construction of reality.

En aquest article proposo una anàlisi del discurs de massa a partir d'un enfocament lingüístic, fonamentalment retòric i pragmàtic. L'estudi de més d'un miler de titulars de premsa m'ha proporcionat molts elements de reflexió pel que fa a l'ús del llenguatge en periodisme. Aquests elements són els que miraré d'explicar, tot i que d'una manera reduïda a les pàgines següents.

### Aproximació a un nou enfocament d'anàlisi del discurs periodístic de massa

Per emprendre aquest enfocament parteixo d'una hipòtesi: l'anomenat *pluralisme ideològic* que es reflecteix en el tan proclamat pluralisme informatiu dels Mitjans

de Comunicació de Massa (MCM) de la nostra societat, es fonamenta essencialment en un pluralisme retòric. Per defensar aquesta hipòtesi em baso en l'argument que tot acte de comunicació que es produeix en el context d'una determinada cultura comporta indefugiblement el fet d'actuar persuasivament, d'acord amb els valors que la caracteritzen i amb els *constructes*<sup>1</sup> dominants —personals i d'ordre social—, que intervenen sempre en la interacció comunicativa.

Els diferents actes comunicatius (i, doncs, els discursos corresponents) que es donen en l'univers dels mèdia es poden descriure des de la retòrica, l'engranatge de la qual fa que funcioni la màquina de producció de les relacions, segons la lògica que regeix els actes públics d'intercanvi d'informació.

A partir d'aquest enfocament es pot defensar la importància de la retòrica per entendre la persuasió en la comunicació.

Dels diversos elements que intervenen en l'acte comunicatiu dels MCM, m'interessen els que es basen en el component lingüístic i verbal perquè s'emmarquen en un procés de significació.

En aquest procés, és sabut que hom va posant nom a les coses el significat de les quals pretén comunicar. El significat es converteix així en vehicle de transmissió de la realitat; i el significat atribuït a les paraules, en l'ús que se'n fa en cada situació, a l'hora de posar noms a la realitat.

Això condueix a una segona hipòtesi: en l'acte lingüístic que es dona en la comunicació sempre hi ha un intent de persuadir dels «nostres significats». I en l'acte lingüístic específic dels MCM, també. Hi ha, per tant, en tot acte de comunicació dels mèdia alguna forma de persuasió, que evidentment es manifesta de manera diversa, segons el procediment retòric emprat per cada mitjà<sup>2</sup>.

Ara bé, ¿com actua la persuasió en el fet de transmetre significats de la realitat? I com es pot observar que realment això s'esdevé, i que s'esdevé als MCM?

Des dels postulats generals de la retòrica es veu clarament. Sempre hi ha una tria de les expressions i de les peces lingüístiques que resulten més adequades als propòsits i a les intencions de l'emissor envers el receptor, dintre de l'univers comunicatiu. D'altra banda, amb la pragmàtica, que proporciona el model d'anàlisi d'aquest *voler persuadir*, versionant/traduint i interpretant la significació transmesa mitjançant enunciats portadors d'un significat, que és el resultat d'un *fer lingüístic que versiona realitats*.

## Llenguatge i metàfora

Si, continuant en la línia de pensament de Todorov [1971: 10]:

En lingüística, la finalidad del análisis no es nunca la descripción de enunciados, sino el mecanismo subjacente y abstracto que hace posible la existencia de tales enunciados.

1. Conjunt de valors, creences, categories, universals, etc, que, a manera de filtre, intervenen a l'hora d'aprehendre la realitat i de «dir-la» mitjançant el llenguatge.
2. Procediment que es reflecteix als anomenats *llibres d'estil*.

i, si com diu Alston [1964: 142]:

Un hecho muy importante del lenguaje es que es posible usar inteligiblemente una palabra sin usarla en ninguno de sus sentidos,

es comprendrà l'autèntic sentit de l'enfocament que suggereixo. Cal endinsar-se en els mecanismes subratllats per Todorov i cal entendre els processos que fan que el llenguatge es pugui fer servir mitjançant paraules sense sentit aparent.

Aquesta manera de mirar-se el llenguatge ajuda a descobrir que tot el que subjau al fenomen de la metàfora és el més suggeridor, perquè, en utilitzar-la, s'està substituint la presència real de l'objecte per un concepte abstracte. Tot i que això passi sempre, si partim del supòsit que el llenguatge —el llenguatge verbal— és una representació de les coses i de la dita realitat.

Aquesta afirmació, que en la filosofia del llenguatge actual resulta ja una bertranada, continua sent vàlida per a qualsevol enfocament d'anàlisi de l'ús del llenguatge.

Situats en aquesta posició, la tesi de Richards (1936) no sembla tan agosarada. «Tot el llenguatge és metafòric». Potser es podria matisar dient que en un cert sentit... Des d'una determinada perspectiva... Tant se val. El que compta és que és representació de... i, doncs, abstracció, figuració, disfressa. Aleshores, què és la metàfora —en un sentit ampli— sinó tot això?

Una altra cosa és com s'ha arribat a construir, com ha arrelat o no en l'ús, quina mena de funció fa en un determinat discurs o per què és emprada en una determinada situació.

Per aquest motiu, el que proposo és una anàlisi del llenguatge des del punt de vista de l'ús, on la metàfora actua com a vehicle d'expressió, de significació i de comunicació, i no solament en el sentit que tota paraula és ja una metàfora, pel que representa d'abstracció de la realitat, sinó en el sentit que, en tant que expressió-abstracció, reflecteix tot un sistema conceptual, aprehès mitjançant la paraula i difós retòricament de manera diversa pels MCM.

Així, s'acompleix la funció de posar màscares al rostre, que diu C.M. Turbayne, 1962 [1974: 122]:

Las metáforas constituyen un claro ejemplo de la «impostura», «engaño» o «fraude» de las palabras. Es parte de la naturaleza de las palabras aparecer con un disfraz puesto.

[...]

El público es el que tiene que ver a través del disfraz, pues las metáforas no vienen con sus nombres compartidos encima. Cada caso en que se toma una metáfora en sentido literal, es un ejemplo del haber sido engañado por las palabras. Y el habla es más metafórica de lo que imaginamos, hasta que advertimos la perpleja expresión en los rostros de nuestros hijos, que quieren ver lo que escondemos en la manga.

De la mateixa manera que succeeix en un terreny més general amb la diversitat de llengües, que, com s'ha demostrat, cadascuna estructura l'experiència de maneres diferents (el clàssic exemple dels noms dels colors), passa també al

si d'una mateixa llengua amb la diversitat de posicions davant d'un mateix sistema conceptual. No hi ha diversos colors. Hi ha diversos noms per dir el color o els colors.

El fet és que el llenguatge determina i reflecteix alhora la comprensió del món en què vivim i que hi ha sempre, pel cap baix, uns *subuniversals* o *constructes*, que es manifesten diferentment en cada cultura, que serveixen precisament per definir-la com a tal. Cada món, doncs, cada cultura, es defineix perquè tradueix al llenguatge la manera com concep els universals, els subuniversals o les diverses categories de cada u.

Cada societat o cada bloc de societats té, en conseqüència, una sola manera de parlar del món, llevat naturalment dels casos en què la situació comunicativa permet que l'arbitrarietat o el component privat del llenguatge hi intervinguin directament.

Per això goso afirmar que el pluralisme informatiu s'ha de trobar en les diverses maneres de presentar uns fets, de posar màscares a la mateixa realitat; això és, en la tria tant de continguts com de peces lingüístiques (els noms posats a...) que cada mitjà fa a l'hora de presentar la seva versió, la seva posició, la part o fragment del dibuix que configura el mosaic del sistema —ideològic, cultural i conceptual— de la societat.

### L'ús de la metàfora en la informació periodística

El llenguatge com a sistema conceptual és utilitzat com a instrument de comunicació i la metàfora és possiblement una de les formes d'expressió del llenguatge que reflecteix millor els constructes dominants d'aquest sistema conceptual elaborat per una determinada societat<sup>3</sup>.

En la informació difosa pels MCM la metàfora és utilitzada —igual que es fa en altres situacions de comunicació— per interpretar l'entorn, per classificar i conceptualitzar les experiències i per estructurar la realitat.

Des d'aquesta perspectiva només hi ha una diferència de fons entre l'ús del llenguatge als MCM i altres usos socials o interpersonals. Els MCM transmeten informació amb una transcendència pública. L'acte de comunicació que s'estableix entre el mitjà i el seu interlocutor, el receptor dels mèdia, té un component privat, individual: un emissor (un periodista) actua codificant (fa versions de...) enunciats per a un lector, oient o telespectador, que, al seu torn, actua interpretant-los.

Però, al mateix temps, no es tracta d'un acte estrictament privat, perquè el periodista no és solament ell. És també el diari a què pertany<sup>4</sup>; i quan escriu no s'adreça a algú en particular, sinó a particulars que formen un tot plural. D'altra banda, el receptor no té la sensació que algú s'està comunicant amb ell directament, sinó que, a tot estirar, se sent, passant per sobre de la pròpia indi-

3. Vegeu, per exemple, l'obra de LAKOFF & JOHNSON (1980): *Metàforas de la vida cotidiana*.

4. I l'empresa o grup de poder que hi ha al darrere.

vidualitat, que forma part del públic. Sap que allò de què s'està informant no li pertany exclusivament. Sap que n'hi ha d'altres que estan rebent la mateixa informació.

Això no vol dir que periodista i lector, suposem, no se sentin implicats en l'acte de comunicació. Tots dos participen en un acte d'interacció i poden actuar i incidir en la formació de constructes i provocar i reaccionar amb actituds socials.

Hi ha molts elements, però, que els fa participants d'aquell *fer social*: comparteixen un mateix sistema conceptual —els universals, categories i constructes, propis de la societat a què pertanyen—; els enunciatos que es fan servir en l'intercanvi informatiu estan formats per mots i per expressions que reconeixen com al seu llenguatge; mantenen un pacte convencional de comunicació i estableixen alguna forma de complicitat (el Principi de Cooperació, de Grice<sup>5</sup>) per entendre's, estiguin o no a favor d'allò que l'enunciat diu.

En aquest sentit, el fet d'utilitzar metàfores en l'intercanvi d'informació no ha de tenir la importància comunament donada d'ornament, sinó la d'instrument necessari per fer versions de la realitat de què es vol informar i, al seu torn, la de constructora simbòlica de la realitat.

Les metàfores, doncs, actuen en la informació mediàtica com a vehicle de transmissió verbal de significació, que reflecteix i reelabora un sistema conceptual amb paraules que formen part del bagatge lingüístic de la comunitat<sup>6</sup>.

El pacte o convenció entre els membres que la formen i la complicitat/cooperació que genera el fet de pertànyer-hi són els factors que fan que l'enunciat metafòric serveixi tant per expressar una idea sobre la realitat (si mirem la posició de l'emissor), com per ser compresa amb tota la significació que conté (des de la posició del receptor), fins i tot en el cas en què les paraules que componen l'enunciat no responguin als diferents sentits que fins a aquell moment tenien en el llenguatge.

Ara bé, tots els tipus de metàfores impliquen el mateix? Volen dir el que diuen i no diuen en diferents diaris i en diferents titulars? Són utilitzades amb la mateixa intencionalitat? I, d'altra banda, són interpretades i reconegudes de la mateixa manera? Reflecteixen exactament un sol sistema conceptual? Són capaces de traduir diferents posicions ideològiques?

En definitiva, es pot, mitjançant una anàlisi de la metàfora del discurs de massa, dibuixar el mosaic ideològic i informatiu de la nostra societat? I, al seu torn, reconstruir el sistema global que el configura. O dit altrament, en paraules de Bedell Stanford (a C. M. Turbayne, op. cit.), es pot, a partir de «l'estereoscopi de les idees» que són les metàfores, arribar a penetrar en les estratègies del sistema?

5. Teoria pragmàtica utilíssima per estudiar el llenguatge i la disposició textual del discurs periodístic.
6. L'abast i les implicacions d'aquesta afirmació no poden ser descrites aquí, ateses les limitacions que imposa el format d'un article.

Penso que sí. Podem fer de Sherlock Holmes del llenguatge i amb el mètode de l'abducció<sup>7</sup> endinsar-nos en la caixa negra del pensament. En primer lloc, se'n poden observar els universals, els constructes del sistema ideològic i cognoscitiu, que són aproximadament els mateixos per al conjunt de la societat. Es pot reconstruir l'impacte visual del mosaic, sense fixar-nos en cada una de les peces<sup>8</sup> que el componen. Com si un cop fet un trencaclosques, aquest fos emmarcat i presentat com un quadre paisatgístic en una exposició de trencaclosques mundial.

I es pot, en segon lloc, observar-ne cada una de les parts, que vol dir analitzar com és i com fa la seva funció cada peça del trencaclosques.

La metàfora, sigui de la naturalesa que sigui, des de la més creativa o innovadora fins a la més fossilitzada, hi té, en tots dos casos, un paper primordial.

Des de la perspectiva que he plantejat, no interessa doncs tant quin tipus (en el sentit malauradament distorsionat pel pas del temps del concepte de retòrica) de metàfora és la que s'utilitza en el discurs de massa, o com està formada gramaticalment, sinó:

- a) Quina visió de la societat en conjunt aporta, o bé quina visió parcial d'una peça o d'un sector reflecteix dintre del conjunt. De manera que es poden trobar metàfores del sistema i metàfores d'una part del sistema, segons el procediment retòric que s'hagi emprat en dissenyar-les.
- b) Quina mena d'actituds reflecteix o quins canvis d'actitud pot arribar a produir en el procés d'interpretació, en el sentit que apunta M. Black i que recull C. M. Turbayne [op. cit.: 35] de la manera següent:

Una metàfora eficaz actua como una pantalla a través de la cual contemplamos el mundo; o bien filtra los hechos, suprimiendo algunos y poniendo en relieve otros. Pone en primer plano aspectos que no llegarían a ser vistos a través de otros medios. La metáfora del ajedrez, por ejemplo, empleada para ilustrar la guerra, subraya las características del juego de ingenio, al mismo tiempo que suprime los aspectos más desagradables. Una buena metáfora, pues, produce «cambios de actitudes».

És important, doncs, estudiar el paper de la metàfora a la informació transmesa pels mèdia, en qualitat de constructora de realitats i d'actituds. Per exemple, per què per informar d'esdeveniments polítics s'utilitzen termes de l'esport? (*Els crítics d'AP han llançat la tovallola, Acaba la marató de pressupostos, Fraga deixa Mancha fora de joc, Pressing diplomàtic contra ETA*)? I per parlar d'esport, termes de la guerra (*Guerra a mort entre Senna i Prost al Gran Premi del Japó, Lineker i Cruyff, en peu de guerra*)?

7. Vegeu SEBEOK, T. A. i UMIKER-SEBEOK, J. (1987): *Sherlock Holmes y Charles S. Peirce. El método de la investigación*. Barcelona: Paidós.

8. En el cas que analitzo, les peces representen les posicions dels grups de poder, hegemònics, al·ludits.

Queda encara, però, un punt per aclarir d'una certa rellevància en aquest camp que intento començar a dibuixar. És estrictament necessari explicar què representa aquest ús en relació amb els usuaris.

Si bé és cert que l'anàlisi pragmàtica que suggereixo implica indefugiblement atendre aquesta relació, penso que hi ha una qüestió prèvia, que s'hi ha de tenir en compte. Potser només és una qüestió de matís, més filosòfica i psicològica, que estrictament lingüística. És la noció de consciència d'ús lingüístic.

Quan en el procés comunicatiu dels MCM, emissor i receptor intercanvien constructes mitjançant enunciats metafòrics, en són conscients? És a dir, en el pas d'informació, els interlocutors són conscients que estan utilitzant metàfores? Crec que això és important. I ho és perquè comporta actituds diferents tant en el fet de comunicar-se, com en el que se'n deriva de transmetre una determinada visió del món.

És evident que no és el mateix participar en el sistema sabent que s'hi està interpretant el paper que correspon, sigui quin en sigui, que no, no saber-ho, i fer-ho.

Si, tal com he suggerit, hi ha una determinada manera de *fer*—lingüística, col·lectiva i social—, que comporta participar en un sistema de ficció<sup>9</sup>, on cada individu (o grup) actua interpretant un paper, i si per a aquesta interpretació es fa servir la metàfora com a instrument de comunicació i de persuasió, cal diferenciar entre els qui dintre de la representació utilitzen metàfores, o bé en resulten utilitzats, perquè, com diu C.M. Turbayne [op. cit.: 36]:

Es totalmente distinto emplear una metáfora y ser empleado por ella; utilizar un modelo y confundir éste con la cosa representada. En el primer caso, se pretende o finge que algo es su ejemplo; en el segundo, se cree que realmente la cosa y su ejemplo son lo mismo.

És a dir, hi ha consciència que d'aquest *fer metafòric* sorgeixen actituds diferents, segons que es reconegui o no com a ficció?

Els vehiculadors del discurs de massa utilitzen les metàfores sent conscients que fan ficció o més aviat que en són víctimes? Són utilitzats per la gran metàfora que amaga el sistema conceptual del llenguatge?

Crec que és una reflexió important que pot donar llum a les múltiples controvèrsies sobre l'encarcament d'estil, els tòpics i els estereotips, i la pobresa lingüística atribuïda a l'anomenat *llenguatge periodístic*—i especialment informatiu— dels MCM.

La qüestió és que els participants en l'acte de comunicació dels MCM, els *utilitzadors* de metàfores poden actuar en la representació de la ficció amb dues actituds molt diferents, que lògicament transcendeixen al públic i socialment amb formes molt diferents també de fer versions i traduir la realitat. C.M. Turbayne [op. cit.: 42] compara molt oportunament les dues actituds

9. En el sentit de trobar filosòficament el límit de la realitat, i, d'altra banda, en el sentit de trobar lingüísticament el límit de les paraules.

bàsiques (ser o no ser conscients de l'ús metafòric de les paraules) i la transcendència de cada una amb el mag d'Oz i la ciutat de Maragda:

La primera es la actitud del Mago de Oz para quien «La Ciudad de Esmeralda» no es más que un nombre y los anteojos verdes simplemente una pantalla de color para aumentar la ilusión. La otra es la actitud de sus incautos súbditos, para quienes la Ciudad Esmeralda realmente es verde. Olvidándose de sus anteojos verdes, creen que sólo contemplan el rostro sin afeites de la verdad. Mientras que por un lado, el uso de la metáfora para iluminar áreas oscuras —uso cuyo precio es la constante vigilancia— no significa confundir un artificio o medio de procedimiento con elementos del proceso, por el otro lado, ser empleado por la metáfora supone agregar al proceso características del procedimiento que son productos de la invención o especulación. El que cae víctima de la metáfora acepta una manera de clasificar, agrupar o colocar los hechos como la única que existe para clasificarlos, agruparlos o ubicarlos. La víctima no sólo tiene un enfoque particular del mundo, sino que, además, considera que la suya es la única perspectiva posible, o más bien, confunde una especial perspectiva del mundo con el mundo mismo. Es, pues, sin saberlo, un metafísico. Ha confundido la máscara con el rostro. Dicha víctima, que es un metafísico *malgré lui*, debe ser diferenciada del otro metafísico que tiene conciencia de que su clasificación de los hechos es arbitraria y podría haber sido distinta.

Naturalment, no puc dir qui és o fa de mag i qui és o fa de súbdit a la nostra societat. El que és segur és que té un color. El que veiem amb els binocles que ens posen o que ens posem, inconscientment o conscient.

### La construcció metafòrica de la realitat

En principi partiré de la idea que un concepte s'estructura metafòricament amb termes del llenguatge que pertanyen a un o més camps de l'experiència humana. És a dir, a la relació de l'home amb els *ens* que coneix, aprehèn i incorpora al seu sistema de cognició i de conceptualització.

D'aquesta relació de l'home amb el món neix la necessitat d'utilitzar el llenguatge metafòricament, per poder comunicar amb paraules experiències, idees, sentiments... Com he dit més amunt, l'estructura metafòrica d'un concepte sovint es fa en termes propis d'un altre concepte. Aquest procediment lingüístic és el reflex de l'organització d'un sistema global cognoscitiu, que s'ha format relacionant analògicament els diversos camps de l'experiència humana amb el món, de manera que en utilitzar un terme que implica una part d'aquesta organització global, implícitament ens hi estem referint globalment (per exemple, l'ús de termes de la construcció per parlar d'idees o de teories). I és en aquest sentit que s'afirma que cada cultura desenvolupa els propis sistemes conceptuals, i que la metàfora n'és el millor reflex en el llenguatge, per la xarxa d'implícacions de coneixement de l'entorn que comporta.

Una manera de sistematitzar aquestes idees en l'anàlisi és establir uns camps d'experiència que d'alguna manera representen els «ens» amb què l'home entra



en contacte (la relació de l'home amb el món) i a partir dels quals estructura allò que vol dir de la realitat.

Ara bé, com es pot formular aquesta manera de construir metafòricament la realitat? Hi ha moltes possibilitats metodològiques d'anàlisi. En la que presento, prenc com a corpus els titulars de la premsa dita *informativa*.

Als titulars que he estudiat de la premsa de Barcelona hi ha expressions metafòriques que pertanyen a camps diferents de la nostra experiència i percepció del món. Aquests mots o aquestes expressions són el focus metafòric d'uns titulars que serveixen per versionar determinats esdeveniments de la realitat. Aquestes versions de realitat són presentades temàticament en seccions. El que aquí podem observar és com els temes (i les seccions) s'estructuren amb termes d'uns camps d'experiència que no són els propis del tema de què el títol tracta.

Per exemple: «Mal temps a Londres» = títol  
mal temps = focus metafòric  
política internacional = tema  
fenòmens atmosfèrics = camp ontològic

Per fer-ho d'alguna manera, he agrupat les variables d'experiència que es fan servir per estructurar les metàfores dels titulars en 23 camps, que són els que descriu a continuació amb alguns exemples<sup>10</sup>.

1. **Monstres:** expressions metafòriques que fan referència al món de l'imaginari, dels somnis i del material oníric en general:

- El último dinosaurio (El P)
- Fons reservats, zones de tenebra a les democràcies (DdB)
- Els Verds, sota el fantasma de la divisió interna (DdB)
- La manifestación monstruo de Madrid refuerza a los sindicatos (el P)
- Manifestació monstre a Madrid per donar suport als sindicats (A).

En un cert sentit, aquest és el camp d'experiència de la por, de la temença. «Ombres», «espectres» i «malsons» substitueixen persones, objectes o esdeveniments de la realitat. Fins i tot en casos en què la metàfora és un simple adjectiu podem constatar que la societat en bloc i aquesta cultura en concret utilitza expressions de l'imaginari per estructurar realitats que inconscientment o conscient tem. Per exemple, el cas de les manifestacions, que en dos diaris diferents són qualificades de *monstre*, per dir *gran*, amb molta aflluència...

2. **Temps:** usos metafòrics relacionats bé amb l'activitat del que en diem (i en diuen els MCM) *el temps*, o sigui, fenòmens atmosfèrics o els que fan referència al temps com a substància, és a dir, espais de temps com els períodes

10. El nom dels diaris és presentat entre parèntesis i abreujat: *Diari de Barcelona* (actualment desaparegut) = DdB; *Avui* = A; *el Periódico* = el P; *El País* = El P; *La Vanguardia* = LV.

(*el dia de...*, *l'edat d'or*, etc.), o simplement objectes i estris que es fan servir a conseqüència del temps atmosfèric (*paraigües econòmic*):

- Tormenta municipal al mantenir el pago previo de la grúa (el P)
- Un remolí d'isòbares (DdB)
- Un llastimós espectacle fa córrer vents de crisi per Sarrià (A)
- El Barça impressiona, goleja i convenç a un ritme huracanat (A)
- El fenómeno de la vida, una tormenta complicada (LV).

Notem, també en aquest camp, la tendència a triar expressions de caire catastrofista: tempestes, huracans i vents, per expressar realitats de l'esport, de la política i altres temes.

3. **Geo:** expressions que des de diferents àmbits tenen relació amb la terra en un sentit etimològic. Des de les substàncies que hi ha a la terra com ara minerals, metalls i vegetals, fins als mots que serveixen per representar-ne gràficament el concepte (*mapa*) i que anomenem *geografia*:

- És van quedar amb el metall que faltava (DdB)
- Esther, la hermana 'de hierro' (el P)
- Euskadi, la cantera de todos (el P)
- L'acer del teló no és inoxidable (A)
- Plom a les ales (A)
- El telón de bambú (LV)
- Només la festa de Gràcia trenca el desert urbà (DdB)
- Sin novedad en el Paralelo 38 (LV)
- Desert atmosfèric (DdB)
- Dos años de barbecho político (el P).

4. **Sentits:** mots i expressions que pertanyen al món dels sentits, i que, com he dit abans, serveixen per estructurar altres realitats. Així, hi ha tot el que gira a l'entorn del gust, de l'olfacte, del tacte, de la vista i de l'oïda:

- El agrio sabor de la impotencia (el P)
- Un ou ferrat de depressions (DdB)
- Un cierto sabor natural (el P)
- El difícil reparto del pastel (LV)
- Moçambic, una ex-colònia on ja s'ensuma la pau (A)
- España también quiere acariciar la luna (el P)
- L'any que Barcelona tindrà color (DdB)
- Lituania se viste de amarillo, verde y rojo (el P)
- Els nens del Raval viuen una infància de la sèrie negra (A)
- Una fiesta en rosa (LV)
- La ciutat en groc i negre (DdB)
- Noves orelles per escoltar el cel (A).

És rellevant destacar la importància dels diferents colors i com són connotats en la nostra cultura. Aquestes expressions manllevades del món dels sentits en reflecteixen els costums: una cultura de «menjar, beure, i veure» (42 títols, d'un total de 54 d'aquest camp); de poc «escoltar i tocar» (9 de 54), i de gens «olorar» (1 de 54).

5. **Sobirania-Poder:** expressions que permeten inferir informació de situacions experiencials de domini, d'algué o d'alguna cosa que se situa per sobre de... i doncs, és vist, viscut o interpretat com a *ens* que ocupa una posició de poder dintre de la societat. Tot el que són càrrecs, estaments de la noblesa, de la sobirania d'un país, hi tenen, en aquest sentit, cabuda:

- I Sabonis es fa l'amo de la pista (DdB)
- Suïza, a defender su hegemonia blanca (el P)
- El imperio contraataca (El P)
- El destronado 'rey de los bonos-basura' (El P)
- La reina per un dia (A)
- El rey del transistor (LV)
- El 'emperador' destronado de Wall Street (el P)
- Reyes de la prosa fantástica (el P)
- El virrey de Sevilla (El P).

Entre moltes altres idees que suggereix l'anàlisi interpretativa d'aquests títols, hi trobem l'alta productivitat del constructe *monarquia*. És evident que expressions a l'entorn d'aquest *ens* només es poden donar, d'una manera tan sovintejada i en la comunicació pública, en països i en cultures que en tinguin. Però, a més d'aquesta obvietat, que *som* un país monàrquic i que això es reflecteix en *la nostra* concepció del món, paga la pena reflexionar sobre el fet que se'n faci un ús tan directe als titulars de premsa. I, igualment, sobre la idea de noblesa: Som encara un país de comtes, marquesos, reis —i *virreyes*—?

6. **Home:** aquest és un dels camps més productius en l'estructuració metafòrica de la realitat (qui millor que l'home per parlar del món en termes humans). La política, els esports, la justícia, l'urbanisme, i gairebé tots els temes de què parlem i de què parlen els MCM passen pel sedàs de les expressions que caracteritzen l'home en ell mateix i des de tots els àmbits o angles des d'on es pot considerar. He pres com a base els aspectes de l'home que resulten més productius en la construcció de metàfores, que són els que es relacionen amb la salut, amb la descripció de l'aparença, és a dir, el vestit i l'estètica, amb l'anatomia i amb el que fa referència als sentiments o a les passions de l'home:

- L'Espanyol entra en coma i ja es troba en zona de descens (A)
- El PSC demana 'tractament de xoc' per salvar els hospitals públics (DdB)
- La primavera l'al·lèrgia altera (A)
- El corazón del Barrio Chino desfallece (el P)

- Amazònia: el càncer al pulmó (A)
- Nou vestit del cel (DdB)
- Ingleses de quita y pon (el P)
- Barcelona se viste de Navidad con más iluminación que nunca (el P)
- La puesta de largo de las emisoras municipales (LV)
- Montjuïc, a punto de 'maquillaje' (el P)
- Quan les escultures es fan la permanent (DdB)
- El *strip-tease* de Banesto (LV)
- Canviant la pell a Barcelona (DdB)
- Ojos de robot exploran los abismos marinos (LV)
- El pisotón fiscal (El P)
- A un latido de corazón de la Casa Blanca (El P)
- Los ayuntamientos plantan cara con la creación de islas peatonales en el corazón de las ciudades (LV)
- 17 meses pendientes de dos rodillas (el P)
- El ojo de Hacienda (LV)
- La sequía hince el diente a los recursos naturales de Catalunya (el P)
- Los sindicatos se quedan finalmente con las manos vacías y los brazos cruzados (LV)
- L'olimpisme català trepitja l'ull de poll de Madrid (A)
- El apéndice del 'héroe' televisivo (el P).

Les expressions pròpies d'aquest camp són les més utilitzades per estructurar la realitat —la del mateix home i la de tot el que s'esdevé al seu entorn—. Es podria resumir dient que l'home es basa en la seva experiència amb el propi cos i en les relacions amb els altres per expressar metafòricament tot allò que és fora d'ell i al món que coneix. D'aquí es pot concloure fàcilment que el coneixement compartit del món és el que defineix una determinada cultura<sup>11</sup>.

He de destacar que aquest és el camp més productiu per a la construcció metafòrica de la realitat. En l'anàlisi es posen al descobert els punts que més preocupen l'home de la nostra cultura. Segons els resultats, se situa en primer terme tot el que es relaciona amb el cos des del punt de vista de l'anatomia (66 títols d'un total de 152 d'aquest camp); després, el que té a veure també amb el cos, però des de la perspectiva de la salut (31 títols), i, finalment, el que gira al voltant de l'estètica, la forma de presentació social (27 títols).

Per contra, les expressions menys utilitzades són les que fan referència als *ens* referits a grup i a passions.

Ara bé, com en altres ocasions, convé que ens preguntem si aquests resultats són significatius i reveladors de la societat en conjunt, o bé d'allò que el mirall dels MCM reflecteix de la societat. És a dir, vivim en una societat en què els valors dominants de l'home són el propi cos i l'aparença, la preocupació

11. És clar que en la nostra cultura l'home se situa davant del món; d'aquí la productivitat de les expressions del camp home per referir-se metafòricament a altres àmbits. Potser en aquest punt és on trobaríem més diferències amb altres cultures. Per exemple, amb l'oriental.

per la malaltia, la despreocupació pel grup i pels sentiments, o bé, aquesta és tan sols la versió negativa que en difonen els MCM, «atrapats» per les seves pròpies metàfores?

Si se'm permet, prefereixo pensar, mentre no s'ampliïn aquesta mena d'estudis, que la tendència intrínseca dels MCM a convertir la realitat en espectacle fa que les expressions que es trien per versionar-la siguin les que criden més l'atenció. I, hem de convenir que per regla general aquestes són les de caire catastrofista i negatiu, o les relacionades amb l'aparença, amb la imatge externa i/o pública.

D'altra banda, i també segons els resultats finals, si partim del supòsit que els MCM són el reflex dels usos lingüístics socials més estesos, resulta que vivim en una societat en què es valora<sup>12</sup> més la malaltia que la bona salut (29 títols davant de 2); l'aparença externa, l'estètica en sentit ampli —el vestit, la imatge—, que la interna —els sentiments, les «passions»— (27 títols davant de 12); l'individu més que el grup (només 6 títols davant de la resta).

I, encara més, filant una mica més prim, s'hauria de veure per què la freqüència d'ús més alta es troba en focus metafòrics com *cara* (*plantar cara*), *mans* o *cervell* o per què les poques expressions que fan referència al món de les passions són gairebé totes procedents de la ficció, com ara títols de novel·les o de pel·lícules.

Amb tot, em nego a acceptar que no hi hagi passió, esperit de grup i llibertat d'imatge en l'espai comunicatiu interpersonal i social, i més aviat m'inclino a pensar que són els condicionaments dels mitjans els que fan que es donin aquests usos lingüístics, i, doncs, aquests resultats. Caldria reflexionar-hi i contrastar el que presento aquí com a usos dels MCM amb altres usos socials no mediàtics.

7. **Espai:** expressions que es fan servir metafòricament per treure inferències relacionades especialment amb el moviment. S'hi ha d'entendre, fent un salt interpretatiu, moviment en l'espai:

- El 'menefillo' del ascensor (El P)
- Ball de rectors a les universitats (A)
- Agosto, un paseo político entre el mar y la montaña (LV)
- Colòmbia comença el camí cap a la pau (A)
- Tango militar a l'Argentina (A)
- Ball de bastons entre familiars dels presos amotinats i policies (A)
- El camino para llegar al Estado de derecho será largo y tortuoso (el P)
- La reestructuración de los partidos parece poner fin al 'baile de escaños' (LV)
- La derecha monta en el Congreso un nuevo gran baile de escaños (el P).

Cal remarcar d'aquest camp d'experiència algunes construccions que diferencien clarament els usos metafòrics dels MCM i els de la vida quotidiana, tal com deia a l'apartat anterior. Em refereixo a expressions com: *iniciar el*

12. Des del moment que se'n parla més, que s'hi atorga més espai comunicatiu.

*camí o primer pas*, que, si bé són força arrelades en el llenguatge de la societat, al dels MCM són estereotips recurrents.

8. **Justícia:** hi ha unes quantes expressions manllevades del món de la justícia, que són emprades per estructurar fets de la realitat. Els termes poden ser estrictament judicials o bé els que es deriven del dret penal aplicat per la justícia:

- Los Estados Unidos contra Oliver North (LV)
- Las lluvias castigaron a Lleida y Girona (el P).

Aquest és el camp menys productiu per a la construcció metafòrica de la realitat. És lògic, si tenim en compte que des del punt de vista de l'experiència és un món el llenguatge del qual la gent desconeix, malgrat que culturalment i socialment hi hagi una certa consciència de viure sota el pes de la justícia. Precisament les expressions que utilitzen els MCM són les més conegudes pel gran públic, bé perquè són les pressuposicions genèriques del món judicial (*premiar, castigar, empresonar*), bé perquè són com una mena de frases fetes pròpies d'aquest món o bé perquè se'n coneix la fórmula popularment.

9. **Casa:** les expressions pròpies d'aquest camp s'estructuren al voltant de dues maneres d'entendre'l: com a *domus*, el món domèstic, i com a construcció, el món de l'arquitectura. Totes dues maneres presenten en les expressions analitzades força varietat:

- L'avinguda de la Llum baixarà la persiana el pròxim mes de gener (A)
- La fiesta de la Inmaculada hunde el gran puente de la Constitución (el P)
- Un pont de tres arcades (A)
- Más vale prevenir que restaurar (El P)
- Embellir la vida, decorar l'ànima (DdB)
- La nueva arquitectura política europea (El P)
- L'URSS, un mosaic de religions (A)
- La trastienda de los rascacielos (El P)
- La democracia se defiende también en los desagües (LV)
- Apareixen les primeres esquerdes al mur que divideix la Casa Europea (A)
- El cubo de la basura (El P)
- Aznar advierte al PP del riesgo de un pucherazo de los socialistas (El P)
- Los bomberos de Lleida se niegan a hacer de señoras de la limpieza (el P)
- La casa, sin barrer (El P)
- Hospital Clínico: cuentas claras tras varios años de poner la casa en orden (LV)
- Si yo tuviera una escoba (El P)
- Bancos que lavan más blanco (El P).

10. **Educació:** tot i que el concepte és molt ampli, s'observa que les expressions que es fan servir concretament en titulars són molt específiques i referides al món de l'ensenyament (activitats d'avaluació, sobretot):

- Baloncesto en las aulas (el P)
- Santa Coloma de Farners intentarà imposar un 'numerus clausus' para residentes africanos (LV)
- Un Osasuna-Madrid de suspenso (el P)
- El último de la fila (el P)
- El tren Mataró-Barcelona saca buena nota entre los usuarios (LV)
- Francia pone 'numerus clausus' a sus estaciones de esquí en los Alpes (el P)
- Europa vivirá su gran reválida (el P).

A part dels comentaris que es podrien fer sobre el fet que els MCM facin servir expressions de l'ensenyament per parlar de temes polítics, musicals, etc., cal destacar la tendència a triar-ne les que es refereixen a sistemes d'avaluació (*treure nota, suspendre o numerus clausus*).

11. **Calor:** termes o expressions que fan referència a la temperatura (calor o fred). Per tant, no té a veure amb els sentits (sensació de calor), sinó amb la manera com s'expressa l'experiència de calor d'un cos o d'una matèria:

- El turista que surgió del frío (El P)
- L'Ajuntament de Barcelona congela el seu pressupost (DdB)
- La Generalitat manté les autopistes sota mínims (DdB)
- Los blanquiazules ya están a seis bajo cero (LV)
- Las ascuas económicas prorrogan el calor (El P)
- Un 'hombre de hielo' con fama de honrado y buen administrador (el P)
- La semana calenta ja és història (A)
- Asia está pendiente del deshielo entre chinos y soviéticos (el P)
- La espesa vegetación y las altas temperaturas convierten los bosques catalanes en un polvorín (LV)
- La Model 'crema' un nou director (A)
- La ciudad fue un petardo (LV)
- Los que no supieron jugar con fuego (el P).

En aquest camp ontològic també es pot observar que la gran majoria d'expressions que són recollides a la premsa són estereotips i que es repeteixen com a tals, sigui quin en sigui el diari o el mitjà que les fa servir. Així, *trencar el gel, el desgel, calentla*, etc.

12. **Divinitat:** mots o expressions que giren al voltant de la idea de Déu, déu, déus, ens varis divins, de la cort celestial, religions, sectes, del «bé i del mal», és clar, i del món anomenat *de l'esoterisme*:

- Isabel II 'exorcizó' en El Escorial cierto pasado negro entre España y Gran Bretaña (LV)
- La banca europea bendice con sus dólares la 'perestroika' (el P)
- Els indignats aviat ja no estaran deixats de la mà de Déu (A)

- Croada ianqui contra l'imperi de la cocaina (DdB)
- Un gran equipo recibió su bautismo europeo en Berna (LV)
- El misterio de la 'trinidad' de Iniciativa (LV)
- Diables frontals (DdB)
- La parábola del coreano inflexible y el extranjero grosero (LV)
- El 'déu' va morir fa tres anys (DdB)
- Per a Roma, el preservatiu continua sent el dimoni (DdB)
- La contribució urbana barcelonina provoca un viacrucis de queixes (A)
- El acceso a los archivos de la Administración es un calvario (el P)
- Cisma en la avenida de Sarriá (el P)
- Els apòstols de la violència ressusciten i maten dos guàrdies civils a Santiago (A)
- El alma de las piedras (El P)
- La diosa entra en el Olimpo (LV)
- La conjura de los precios (El P).

Entre altres aspectes que es poden comentar, cal destacar especialment l'analogia que s'estableix entre dirigents polítics i dirigents eclesíàstics pel que fa a les activitats que desenvolupen: «Isabel II *exorcitza*»; i la categoria de déu que s'atribueix a personatges que triomfen.

13. *Mort*: *l'ens mort* s'utilitza gairebé sempre en dos sentits, que solen repetir els mateixos termes. Són la mort i el fet de tornar de la mort:

- La lánguida muerte de Beta (El P)
- La agonía de un líder, un problema de educación (LV)
- El cementiri del Poblenou es mor amb indiferència olímpica (A)
- Els bars acusen l'Ajuntament de matar la vida nocturna (DdB)
- Washington passa a ser la capital de la mort (A)
- Quan la graderia es vesteix de dol (A)
- La comunidad afronta el entierro de la guerra fría (el P)
- Los bachilleres desentieran sus protestas contra la selectividad (el P)
- Madonna ressuscita entonant una pregària (DdB)
- Els volcans apagats poden ressuscitar (DdB).

Observem que a l'entorn del constructe *Mort* el camp semàntic és limitadíssim. Potser, perquè de la mort només coneixem el fet de morir? Fixem-nos que el que constitueixen el focus metafòric en el context del títol són gairebé sempre les mateixes formes: *morir/matar*, *enterrar/desenterrar*, o bé en relació amb el camp 12 (relació important en la nostra cultura), *ressuscitar*.

14. *Joc*: entès en un sentit molt ampli. S'hi recull, per tant, tot el que té d'atzar o d'estratègia, de reglament, d'habilitat i de competició. I també expressions del món de l'espectacle, del teatre, de la representació i de la cerimònia<sup>13</sup>,

13. De la cerimònia com a joc, no com a ritual religiós.



que es poden considerar formes de joc. Igualment, els termes referits a l'escenari i als autors de l'espectacle sigui quin en sigui:

- Gent que juga amb plom (A)
- La Borsa de Barcelona se juga el ser o no ser con el big-bang (el P)
- Las urnas ganan la partida al dictador (el P)
- La recopa a una carta (A)
- El mundo apuesta por la distensión (LV)
- El enroque de Felipe (LV)
- Felipe González i Alfonso Guerra continuen jugant al bo i al dolent (A)
- Una llarga història d'escac i mat (A)
- L'Athletic és una joguina en mans de l'Sporting (DdB)
- La marca Perrier utilitza el joc brut per intentar controlar Vichy (A)
- Els militars i les seves 'joguines' ocupen Erevan (A)
- Un país sin muñecas (El P)
- Els alts executius, campions de l'estrès (DdB)
- Festival de fútbol ofensivo en el Bernabeu (LV)
- Empieza el 'vodevil' electoral gallego (el P)
- Tarragona: tragedia griega en una ciudad romana (LV).

Com a dada curiosa que pot ser interpretada —si es vol— amb més profunditat notem que les expressions que més es fan servir del camp de l'experiència del joc són, fonamentalment, de dos tipus: a partir del genèric *jugar* amb variacions de frases fetes (*joc net/joc brut, al ser o no ser*), o de jocs infantils (*al bo i al dolent, al gat i a la rata*).

Cal destacar, també, el predomini dels jocs que impliquen estratègia i que proporcionen moltes expressions específiques. Els jocs de cartes i d'escacs en són els més sovintejats.

Pel que fa a les expressions del món de l'espectacle (el joc de la representació), crida l'atenció l'alta productivitat de la paraula *escena*: *L'escena política catalana també s'inquieta per la ruptura social* (A).

15. **Guerra**: és l'altre camp de construcció de la realitat més freqüent. Les expressions entorn del camp d'experiència guerra, les entenc tant en sentit positiu com en negatiu. És a dir, que, des d'aquesta perspectiva, tant implica guerra *batalla* com *armistici* o *pau*:

- Kathleen Turner/en pie de guerra (LV)
- Combatre el temps amb les mans (DdB)
- La música de tot el món lluita pels drets humans (DdB)
- La empresa italiana se lanza a la conquista de la URSS (el P)
- Las esposas también entran en liza (el P)
- Sanidad declara la guerra sin cuartel al consumo de tabaco (el P)
- La enfermería de tot l'Estat es posa en peu de guerra (A)

- L'Hipercor de Barcelona encén 'una guerra comercial' (DdB)
- Roger Rabbit, los 'dibus' roman Hollywood (LV)
- Toledo no se rinde al 'porro' (LV)
- 1-1: Les espases continuen enlaire a la Copa Davis (A)
- El héroe gordito ataca de nuevo (el P)
- Els pastorets ens envaeixen de nou (DdB)
- EEUU viola 'a lo Rambo' una sede de Nicaragua en la ocupada Panamá (el P)
- El hacha vengadora, contra el juez (El P)
- España no sobrevive al 'bombardeo' (el P)
- Estrategias para una 'guerra' (El P)
- La mejor defensa, un buen ataque (El P)
- Los nacionalismos, caballo de batalla de las reformas (LV)
- Los 'guerrilleros' del urbanismo (el P)
- Barcelona adelanta su 'toque de silencio' (LV)
- La informática reparte sus armas a empresas y piratas (el P)
- El 'búnquer' de la paloma blanca (el P)
- Trets contra la 'fortalesa europea' (A)
- Butifarras, chorizos y jamones, a la conquista de los paladares europeos (LV)
- La Bolsa de Barcelona, en 'alerta roja' (el P)
- La difícil conjugación del verbo desarmar (LV)
- Señora y oficiala (el P).

Després del camp *Home*, aquest és el més productiu.

Per evitar ara dissertacions subjectives massa concretes, em limitaré a suggerir el que per a mi són dades que inviten, si més no, a la reflexió:

- L'índex tan elevat de títols que fan servir expressions de la guerra per parlar de temes que no són literalment guerres indueix a pensar que l'home de la nostra cultura aprehèn gran part de la realitat que l'envolta en termes bèl·lics, d'enfrontament, de guanyar o de perdre.
- Per tant, la gran metàfora d'aquesta societat (o de totes?) és la de la guerra, que sembla inherent a la relació de l'home amb l'home i a la dels homes amb el món<sup>14</sup>.
- Si una part important del llenguatge que es fa servir pertany al món de la guerra, vol dir que la vida i l'experiència de la vida dels individus que pertanyen a aquesta cultura és concebuda com una batalla<sup>15</sup>.
- I, és concebuda així, no com una cosa passada, com un armistici o tractat d'amistat, sinó en actiu i en positiu.
- Sí, en un cert sentit, la vida (o moltes de les experiències de vida) és guerra no ens han d'estranyar actituds, comportaments, formes de relació inter-

14. Cal aclarir que «els missatges de pau», vinguin d'on vinguin, impliquen igualment «guerra».

15. Popularment ja es diu *la batalla de cada dia*, per exemple.

personal (de qualsevol índole) que observem quotidianament i que, de vegades, ens sobten<sup>16</sup>.

- En relació amb la funció dels MCM de fer de mirall de la societat, intueixo que precisament en aquest camp és on els usos lingüístics s'assemblen més als usos quotidians<sup>17</sup>. És clar que caldria veure fins a quin punt els usos quotidians no «abeuren» dels dels mitjans.
- I, finalment, subratllo l'alta productivitat per construir metàfores dels dos grans mots genèrics d'aquest camp: *guerra* i *batalla*, les múltiples variants dels quals no he volgut explicitar a la llista per no fer-ne un gra massa.

16. **Esport**: en principi, aquest podria ser un subcamp de *joc*, però com que hi ha força expressions de l'esport en el llenguatge quotidià, i especialment en premsa, penso que s'ha d'analitzar separatament. Deixo, doncs, per al concepte *joc* les expressions de caràcter lúdic en general (*ballar la corda*), i, per al camp esport, les que s'originen per la pràctica esportiva:

- El boxeo británico se encuentra contra las cuerdas (LV)
- Baró reafirma que no pensa tirar la tovallola (A)
- La reforma bursàtil española entra en su recta final (el P)
- *Pressing* diplomàtic contra ETA (A)
- Samaranch treu targeta groga (A)
- Barcelona negocia contra reloj su plan de hoteles (LV)
- *Match ball* de amor (el P)
- Acaba la maratón dels pressupostos (A)
- La llengua catalana surt en primera posició a la cursa olímpica del 92 (A)
- La indústria europea del automòvil inicia la loca carrera de los 90 (LV)
- Fútbol en las aulas (el P).

Com en els altres camps importants, he comprovat que la productivitat se sol donar de forma recurrent en tres o quatre expressions claus: *recta final*, *llançar la tovallola* i *cursa*.

En general, es pot concloure que el camp *esport*, es relaciona bàsicament amb el de *joc* i el de *guerra*.

17. **Música**: com en el cas d'*educació*, el camp *música* aplega totes les expressions i mots propis d'aquest concepte entès en un sentit molt ampli:

- El rock de la 'perestroika' (DdB)
- La música de la lira hace bailar a la peseta (LV)

16. Només cal recordar moltes de les reaccions i, en general, la passió amb què va ser viscuda l'anomenada *Guerra del Golf*.

17. Tothom podria fer una llista considerable de les expressions de guerra que fa servir per parlar de qualsevol tema, sigui quina en sigui la situació comunicativa.

- Obertura en clau d'èxit major (A)
- La Caixa durà la batuta d'una temporada musical amb 28 concerts (A)
- Nueve variaciones sobre una misma sinfonía (el P)
- Pujol reobre el debat territorial entonant som una província (A)
- La Democràcia Cristiana entona el seu funeral amb molts desafinaments (A)
- El Japó té la batuta econòmica (A)
- El vals del desarmament (A)
- Amadeus ha dado su primera nota (LV).

Llevat del cas de l'expressió *tenir/dur la batuta*, aquest és un dels camps més variats i creatius dels que es fan servir per crear metàfores noves en periodisme.

18. **Aigua:** en el sentit de líquids, de moviment de fluids. Considero dintre d'*aigua* totes les expressions que reflecteixen activitats del tipus *mullar/mullar-se*.

- La última casa de duchas cierra el grifo (el P)
- El gordo riega la huerta valenciana (LV)
- Vendedoras de pompas (El P)
- Els tripijocs de Perrier per comprar Vichy no deixen veure l'aigua clara (A)
- La CFE no treu l'aigua clara del porcí espanyol (A)
- Fa aigües la investigació sobre la tragèdia d'Escòcia(A)
- L'afer de les primes úniques esquitxa les asseguradores (DdB)
- La Unió Soviètica es mulla amb les exportacions de petroli (A)
- Otra vez con el agua al cuello (el P)
- Els bancs de sang, una sequera alarmant (DdB).

Notem que la productivitat d'aquest camp se centra en les variacions contextuals al voltant de la paraula genèrica: *treure l'aigua clara* o *con el agua al cuello*. Observem, d'altra banda, una dada que probablement és fruit de l'atzar (s'hauria d'investigar més): del total dels 15 títols analitzats d'aquest camp, 10 són en català. Vull dir, de diaris en català. Crec que aquí es planteja un dubte que pot ser suggeridor amb vista a investigacions futures: Hi deu haver uns ens més productius per a la construcció metafòrica de la realitat catalana, i, doncs, més utilitzats per l'usuari català, i a l'inrevés?<sup>18</sup>

19. **Aire:** tot el que fa referència al món aeri, i al cel i a l'atmosfera en general. *Aire*, doncs, no aplega les expressions que pertanyen més aviat a fenòmens atmosfèrics com ara vent, brisa, etc., sinó que té un sentit més pròxim a l'originari d'èter:

18. Malgrat que aquí només plantejo la pregunta de manera reduccionista i retòrica, és evident que hi ha motius suficients per fer-ho amb tota mena de detalls. El fons de l'enunciat és molt lògic: dues cultures diferents que estructuraven de manera diferent la realitat.

- Las entradas para la inauguración, por las nubes (LV)
- Las estrellas también están en el agua (el P)
- Tocant el cel (A)
- Una institución que intentó llevar nuevos aires de libertad a las aulas (LV)
- La muerte de tres judíos sacude la atmósfera política en Israel (el P)
- Encuentros en la tercera fase (El P)
- El cel haurà d'esperar (A)
- Las enfermedades tropicales viajan en avión (el P).

Hi destaca, del total de títols analitzats, la gran productivitat del món de l'aviació, com també el mot *estrella*, que curiosament no es troba als diccionaris amb un sentit figurat.

20. **Indústria:** expressions que es fan servir del món de la locomoció —del trànsit inclòs—, i de la manufactura. S'utilitzen molt sovint per parlar de temes concrets com ara els pactes o convenis:

- El último tren no lleva vagones (El P)
- Els mitjans de comunicació són un dels motors de la identitat cultural (A)
- La qüestió social és el vagó de cua del llarg comboi de la integració europea (A)
- El Gobierno británico propone un 'peaje' televisivo (LV)
- A punto de salir de la vía muerta (LV)
- Tot França entra a la via morta (A)
- Espanya haurà de forçar la màquina comunitària (DdB)
- La locomotora Thatcher cumple 10 años (El P)
- El creixement de l'atur al gener es desaccelera (DdB)
- Citroën pisa fuerte el acelerador (el P)
- La venda de rulots a Espanya, sobre rodes (DdB)
- Cambio de marcha en la industria auxiliar del automóvil nacional (LV)
- De 'chip' a 'chip' (El P)
- Un pacto con mucha tela (El P)
- L'ordinador fila molt prim amb els teixits (A).

Del total analitzat, que no consta aquí, destaca la freqüència d'expressions estereotipades com *llum verda* o *forçar la màquina*, i la presència prou recurrent del món de la informàtica: *de tercera generació*, *chip*, etc., que revela la incorporació de les noves tecnologies als constructes sobre la realitat.

21. **Diner:** a l'entorn del constructe *diner* i de les expressions que genera en relació amb el comerç, el mercat, la borsa, etc., s'estructuren metàfores —poques, però reiterades— per parlar d'altres temes, que, en principi, no hi tenen relació. Entenc, doncs, dins de *diner* tota expressió que posa de manifest el contacte entre l'home i l'economia. He triat, però, *diner*, perquè, com a expressió de constructe de la realitat, és un terme força popular. (Suposo que

no és casual que alguns diaris l'hagin triat també com a títol de secció d'economia i finances):

- El Islam, valor en alza en la nueva Cartago (LV)
- El espacio, un negocio de altura (el P)
- Lo que vale un peine (de ametralladora) y el problema de quién paga la factura (IV)
- 'Money, money' (A)
- La selecció, un mercat persa (A)
- Un cop de geni posa en franquícia l'eliminàtoria (A)
- La mort, a 72 pessetes el quilogram (DdB).

Curiosament, aquest camp proporciona poques expressions per a la construcció metafòrica i, en canvi, temàticament —com a tema de la realitat, no com a *ens metaforitzador*— és un dels aspectes de la realitat tractat en premsa que més expressions utilitza d'altres camps.

22. **Mar:** totes les paraules i les expressions provinents del món mariner i de la navegació:

- Un hotel que navega (LV)
- La URSS está 'desembarcando' en Asia (IV)
- Las bolsas navegan sin aguja de navegar (LV)
- Navegar entre canales (El P)
- I la nau va (DdB)
- Després de la tempesta, la calma (A)
- El Plan de Empleo Juvenil vira en redondo (LV)
- Vacilación ante un horizonte confuso (LV)
- El barco de IBM (El P)
- L'onada de turistes algerians porta mala maror a Alacant (A)
- El dia dels submarins humans (DdB)
- Francfort, mar de libros (LV)
- Australia quiere ser el faro del Pacífico sur (LV)
- El difícil horitzó d'una malaltia desconeguda (DdB).

23. **Animal:** expressions que reflecteixen accions o actituds estrictament pròpies d'aquest món (de vegades coincidents amb *home*):

- Un instrumento para domesticar la radiación electromagnética (LV)
- Qui aturarà la fagocitosis urbana? (DdB)
- S'obre la veda de les beques (A)
- Collserola, ese gran safari (el P)
- Hormigüeo en la 'gran manzana' (el P)
- Halcones junto a palomas, unión contra natura (LV)
- Saltar barreres i fer volar coloms (A)
- Terroristes islàmics, 'caçats' a València (DdB)
- Subvencions amb cua (A)

- Llegan los tiburones (El P)
- Un 'halcón' que combatió con bombas el mandato británico (el P)
- Se fue el caimán (El P)
- Los yugoslavos, con piel de cordero (LV)
- La serp frontal s'arrossega (DdB)
- Professionals de la seguretat amb quatre potes (A)
- El asalto de los 'tigres' asiáticos (el P)
- 'Maldito roedore' (El P)
- Porcino con pasaporte (El P).

Notem l'ús d'expressions molt arrelades com ara *cua* (que ja és un mot polisèmic) o *ala*; i totes les que giren al voltant de *caça* (*veda, domesticar*), l'experiència ancestral de l'home amb l'animal.

Vegem, ara, les conclusions interpretatives més rellevants i globals que es poden destacar del conjunt de l'anàlisi:

1. Malgrat la diversitat de posicions (la diversitat de models de premsa), no hi ha diferències significatives en l'ús de les expressions per estructurar un concepte en i amb termes d'un altre<sup>19</sup> als diferents diaris. Al si d'una mateixa societat, sistema i cultura, la interpretació de l'experiència que conforma el sistema cognoscitiu i que es manifesta en el llenguatge es regeix pel mateix sistema de constructes: el propi, característic i peculiar d'aquella societat. Com, si no, podríem explicar aquestes similituds aparegudes en diaris diferents?:

- Vola cap a l'or (DdB), voló hacia el oro (LV)
- Dioses olímpicos (LV), déus olímpics (A)
- Planta cara (A), planta cara (el P), li planta cara (DdB)
- Obre la porta (A), abrió las puertas (LV), dejan la puerta abierta (el P)
- Saca nota (el P), saca buena nota (LV)
- En negro (LV), el negro balance (el P), infancia de sèrie negra (A), punts negres (A)
- Assignatura pendent (A), la asignatura pendiente (LV)
- Gorbaxov farà 'un regal de Nadal' a la humanitat des de Nova York (A); Gorbachev llega a Nueva York con un regalo de Navidad (el P)
- La reestructuración de los partidos parece poner fin al 'baile de escaños' (LV), La derecha monta en el Congreso un nuevo 'gran baile de escaños' (el P)
- La manifestación monstruo de Madrid refuerza a los sindicatos (el P)
- Manifestació monstre a Madrid per donar suport als sindicats (A).

19. Les diferències són en quantitat, en freqüència d'ús, que és el que fa que els diaris es mostrin retòricament diferents; però no de contingut.

2. En relació amb la productivitat de cada camp ontològic per estructurar la realitat, destaquem que la productivitat se sol concentrar en tres o quatre expressions claus de cada camp ontològic, que solen coincidir amb el seu genèric i amb fórmules tòpiques d'ús molt estès<sup>20</sup>: *fantasma, ombra, malson; tempesta; de ferro; negre, gris; vestir-se de...*; en relació amb les parts del cos humà o animal: *cara, cervell, mans, cor, ales, cua; iniciar el camí, primer pas, ball, divorci; trencar el gel, el desgel, de glaç, calent/a; déu, ressuscitar*; a partir del genèric *jugar*, amb variacions de frases fetes com *joc net/joc brut, tener ases en la manga, jugar la carta de; escena; guerra de..., batalla; recta final, llançar la tovallola, contra les cordes, cursa; treure l'aigua clara; dur la batuta; assignatura pendent; aterrar, despegar, estrella de...; llum verda, forçar la màquina; desembarco, contra vent i marea; caça*.

3. L'índex de productivitat<sup>21</sup> global dels diferents camps analitzats permet treure algunes inferències, que donen pistes per definir des d'un punt de vista general els constructes i els valors de la nostra cultura i societat. De manera que, seguint el mètode de l'abducció esmentat al començament, en podem suggerir una definició aproximada.

Per començar és clar que es tracta d'un model de societat antropocèntric i bel·licista, on domina la temença, la por i la inseguretat i on, per contra, aquests sentiments i actituds es compensen amb una supervaloració de la riquesa i del fet de ser dur i resistent (els febles no compten)<sup>22</sup>.

També es posa en relleu que hi ha una tendència a polaritzar tota mena d'actituds, de sentiments o d'activitats. És una societat de guanyar o de perdre, de premiar i de castigar, que sotmet constantment els individus a sistemes d'avaluació i de competició.

D'altra banda, és força explícit que hi subjau la noció de monarquia, i que encara arrossega el llast de les classes socials medievals.

També és fàcil d'adonar-se que les activitats pròpies de la religió formen part dels constructes col·lectius en les ments de gairebé tothom i que, tal vegada, com a derivació de la manera d'entendre aquesta religió, és una societat que ignora i no sap afrontar la idea de la mort.

En el joc i en l'esport es valora fonamentalment l'habilitat física i tàctica, l'estratègia i la competició, atributs que impliquen més «superhome» i «guerra», que no pas atzar i diversió.

És curiós observar, també, com aflora en les metàfores que l'experiència més arrelada que hom té de la relació amb els animals és la de la caça, la qual

20. Totes les paraules i les expressions que se citen són focus metafòrics extrets dels diferents titulars de premsa. Per aquest motiu apareixen en català i en castellà, segons la freqüència amb què són utilitzats per cada mitjà.

21. No tracto ara el que suposa el fet que existeixin ja en el llenguatge aquestes expressions com a formes d'estructuració de la realitat, sinó el fet que s'utilitzin amb tanta freqüència als mitjans de comunicació escrits.

22. En un cert sentit, coincideix amb «la llei de la selva» (o no?).



cosa indica la mena de relació ancestral de l'home amb l'animal, pròpia de cultures titllades de molt més primitives.

I, en un altre sentit, resulta paradoxal que malgrat que és una societat sotmesa a l'aparat de la justícia i al poder del diner, n'ignora el llenguatge per defensar-se'n o acarar-s'hi.

4. Si establim la relació entre el tema de què es parla i l'ontologia de la metàfora utilitzada, podem inferir que *home* i *guerra* són els camps ontològics principals per estructurar metafòricament la realitat. I que ho són per parlar de gairebé tots els temes: política, esports, economia, societat, justícia, ciència, urbanisme, religió, ensenyament i natura.

5. Pel que fa a la relació del camp ontològic amb els diferents models de diari, observem que no hi ha variació en l'ús de metàfores basades en els constructes dominants (*home* i *guerra*), però sí en els secundaris. La no-variació dels constructes dominants anul·la l'existència de pluralisme ideològic, entès com a cosmovisió; la variació dels secundaris abona la tesi d'un pluralisme retòric, que fa versemblant la diversitat de models.

Tots fan servir el mateix llenguatge i els mateixos constructes sobre la realitat. *Home* i *guerra* en són el punt de confluència essencial. La resta varien en grau i en freqüència d'ús, però no com a conceptes que, des del moment que formen part de la nostra cultura, són utilitzats de manera semblant per tothom, sigui quina en sigui la posició en què se situï dintre del mosaic<sup>23</sup>.

D'altra banda, si prenem com a punt de referència els termes estereotips dels camps secundaris emprats per cada diari, els podem redefinir comparativament de la manera següent, atesos els resultats de l'anàlisi de mil titulars i aplicant la fórmula de Lakoff (1980):

Tot i que essencialment i substantivament, tots cinc diaris són *home* i *guerra*, adjectivament: *La Vanguardia* és el diari de la *guerra*; *el Periódico*, el dels *fenòmens atmosfèrics*; *El País*, el dels *fantasmes*; *l'Avui*, el del *diner*; i el *Diari de Barcelona* era el del *color*.

## Bibliografia

- ALSTON W.P. (1964). *Filosofia del lenguaje*. Madrid: Alianza Universidad, 1975.  
 BLACK, M. (1962). *Modelos y metáforas*. Madrid: Tecnos, 1966.  
 GRICE, H.P. (1967). «Logic and Conversation». A *Further notes on logic and conversation*, Cole & Morgan, 1975.  
 — (1981). «Presupposition and conversational implicature». Cole & Morgan.

23. S'ha de dir que *El País* s'aparta una mica del model general. Tanmateix, s'ha de pensar en el tipus de *peça del mosaic* que representa, segons el receptor a qui s'adreça. L'elit que es creu, i que fa, el paper de creadora d'opinió no pot utilitzar exactament el mateix llenguatge que els altres!

- LAKOFF, G.; JOHNSON, M. (1980). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra/Teorema, 1986.
- RICHARDS, I.A. (1936). *The Philosophy of Rhetoric*. Londres-Nova York: Oxford University Press.
- SEBEOK, T.A.; UMIKER-SEBEOK, J. (1987). *Sherlock Homes y Charles S. Peirce. El método de la investigación*. Barcelona: Paidós.
- TODOROV, T. (1967). *Literatura y significación*. Barcelona: Planeta, 1971.
- TURBAYNE, C.M. (1962). *El mito de la metáfora*. México: FCE, 1974.

### Nota biogràfica

Elvira Teruel Planas és llicenciada en Psicologia (UAB) i en Filologia Hispànica (UB) i doctora en Lingüística (UB). És professora titular de la Unitat de Filologia Catalana de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB. Ha treballat com a assessora lingüística en mitjans orals i escrits. La seva recerca se centra en l'estudi de l'ús del llenguatge als mitjans de comunicació de masses, matèria que ha impartit en diversos màsters.