

**EL PLURALISMO INFORMATIVO Y RESPONSABILIDAD:
LA RESTRICCIÓN DE VLADIMIR PUTIN EN *EL PAÍS*.
ANÁLISIS DE LAS METÁFORAS EMPLEADAS PARA REPRESENTAR
LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES EN RUSIA EN MARZO DE 2012**

Mukhortikova, Tatiana

Programa de Doctorado en Lenguas, Literaturas, Culturas y sus aplicaciones
Departamento de Teoría de Lenguajes y Ciencias de Comunicación
Facultad de Filología, Traducción y Comunicación
Universidad de Valencia
tamuk@alumni.uv.es

Resumen

Junto al desarrollo de los medios y las tecnologías de información llama atención el problema de la persuasión, el pluralismo y la responsabilidad de los periodistas en los aspectos ético y lingüístico. Diversos investigadores subrayan el papel persuasivo de la metáfora en los textos periodísticos. Se supone que la metáfora indica al receptor un camino “correspondiente” a la interpretación de eventos o personas, formando así las perspectivas necesarias de la opinión pública. En este estudio proponemos analizar la presentación de Vladimir Putin por medio de la metáfora en los textos del diario *El País* dedicados a las elecciones presidenciales en Rusia el 4 de marzo de 2012. El análisis ha sido realizado en el campo interdisciplinario, teniendo en cuenta los aspectos lingüístico y ético, la orientación política del diario.

Palabras clave

Metáfora, restricción informativa, persuasión, lenguaje de los medios.

Introducción

Cuando hablamos sobre el periodismo, pensamos, en primer lugar, en la información. Independientemente del tipo de texto periodístico, el objetivo del mensaje es transmitir la verdad, y el principio básico que cumple este es el principio de la objetividad. Por otra parte, el periodismo en menor o mayor grado es una interpretación de la realidad que no puede ser totalmente objetiva (Gomis, 1989: 53; Burguet, 1997: 33-34).

Con el desarrollo de la radio, la televisión y las tecnologías aplicadas en el siglo XX se formó el sistema de los medios, y en nuestros días la información se hace cada vez más accesible. Junto con este fenómeno encontramos el problema del abuso de la información, que a veces se convierte en casos fuertes como la manipulación informativa o menos fuertes como la restricción de algunas personas o grupos políticos frente otros. En el caso de España este fenómeno se relaciona también con el fuerte grado del paralelismo político, que admite interpretaciones de hechos

informativos a favor de un grupo político moderando contra los grupos o personas pertenecientes al grupo opuesto. Este esquema se aplica no solamente en textos sobre la política interior del Estado sino también en el campo de las noticias internacionales. Este problema tiene relación directa con la ética y la responsabilidad periodística.

Hablar sobre el problema de la responsabilidad y la restricción informativa obliga a definir algunos conceptos, establecer la diferencia entre la argumentación y la restricción. Según la RAE, el argumento es “razonamiento que se emplea para probar o demostrar una proposición, o bien para convencer a alguien de aquello que se afirma o se niega”, la restricción, a su vez, supone la “intención mental con la que se limita, desvirtúa evasivamente o niega el sentido expreso de lo que se dice, sin llegar a mentir” (VV.AA., 2001). Por tanto, sería correcto hablar de la restricción de una persona o grupo político en un medio de comunicación determinado cuando se hace referencia solamente a una opinión sobre ella o ellos, sin ofrecer la pluralidad informativa y explicar los argumentos de aquellos que están por “otro lado”.

Desde el punto de vista lingüístico la restricción informativa supone el uso de determinadas estrategias, tácticas, y sobre todo, los elementos retóricos a la hora de elaborar la estrategia persuasiva del mensaje (Vázquez y Aldea, 1991: 55). En este campo vamos a centrar nuestra investigación en un fenómeno del lenguaje, en la metáfora, que Reboul denomina la figura retórica más peligrosa (1986: 131), por su fuerza y por el efecto que produce.

1.1. La metáfora cognitiva en el texto periodístico

En su trabajo *Metáforas de la vida cotidiana (1980)*, Lakoff y Johnson han señalado entender que la metáfora se encuentra en toda la vida cotidiana, no solamente en el lenguaje, sino también en el pensamiento y en la acción. La metáfora no lleva en sí misma ningún significado invariable, su interpretación depende del receptor, del emisor de la frase, del contexto y las experiencias sociales de ambos. Estos autores subrayan el carácter personal de la metáfora y afirman que ella selecciona los rasgos diferentes de la persona o la situación, y así observa e interpreta la misma situación de diferentes modos. Lakoff investigando las metáforas empleadas por las autoridades norteamericanas para argumentar la guerra (el conflicto de Gulf) señala el uso frecuente de las metáforas en la esfera de la política internacional, porque existe un sistema de metáforas que utilizamos para reflejar, interpretar la realidad; la metáfora señala, limita y subraya lo que observamos (1992: 481).

Partiendo de las tesis de Lakoff y Johnson, Filatov subraya la importancia de la metáfora en el proceso de la creación del texto periodístico, ya que forma la base de su estructura. La metáfora conceptual permite construir un modelo semántico del objeto de descripción, atribuyéndole en cada oración nuevas características (2014: 147). En su opinión, los modelos semánticos o metafóricos son las unidades esenciales del desarrollo del texto periodístico. Unos de ellos tienen la base en las metáforas comunes o cotidianas, otros se forman en las metáforas creativas del autor (2014: 147). La idea similar señala Romano al realizar el análisis de las metáforas empleadas en uno de los periódicos argentinos para caracterizar la presidencia de Néstor Kirchner. La autora destaca que las metáforas en este caso crean una red coherente, que permite destacar la metáfora más amplia, la idea metafórica que está detrás del texto y a partir de que se construye este texto (2010).

1.2. La metáfora en la argumentación y persuasión periodística

De acuerdo con Tupitsyna y Skorokhodova, la metáfora desempeña al mismo tiempo las dos funciones principales del texto periodístico: la informativa y la persuasiva (2009: 110). La metáfora como un elemento ideológico sirve tanto para nombrar como para calificar el objeto (2009: 110). En el campo de la comunicación periodística los autores afirman que las metáforas desempeñan las funciones diferentes en los géneros orientados a la argumentación explícita y en tipos de texto desvinculados (Olza, 2008: 220). La significación de la metáfora es más relevante en los textos de opinión, ya que tiene el papel cognitivo. La metáfora conceptual o cognitiva actúa como la base del desarrollo del texto. En cuanto a los textos informativos, Olza destaca cierto grado de la argumentación implícita que le atraen las metáforas. Sumando estos resultados la autora señala el peso valorativo de la metáfora en el texto periodístico (2008: 220-222).

Diversos investigadores subrayan el papel ideológico de la metáfora, el uso de dicha figura como un instrumento de persuasión y manipulación. Budaev apoyándose en resultados de las investigaciones psicolingüísticas señala el papel ideológico y manipulativo de la metáfora en los medios: ella forma la visión del mundo del lector (2006: 69).

Se supone que la metáfora indica al receptor un camino “correspondiente” a la interpretación de eventos o personas (Hellsten y Renvall, 1997: 41), formando así las perspectivas necesarias de la opinión pública (Soares da Silva, 2013: 32). Hernández, tras analizar las metáforas políticas en la prensa venezolana, concluye que estas construyen su propia realidad, representando no solamente acciones o personas sino también emociones, los sentimientos que producen (2004: 57). La metáfora, por una parte, permite la economía lingüística, y por la otra, “crea el universo semántico abierto a la significación y (...) presenta al objeto de forma descriptiva” (2004: 57). La autora intenta destacar las posibles relaciones entre el dominio y la meta (dos partes de la estructura metafórica según el paradigma cognitivo) y señala la existencia de relaciones entre ellos de dos tipos: ontológicas, que permiten relacionar y estructurar las piezas de la metáfora, y epistémicas que le atraen el valor cognoscitivo (2004: 73).

Soares da Silva destaca, entre otras, la siguiente función de la metáfora en el texto periodístico: imponer la propia opinión, una determinada forma de pensar, es decir, formar la ideología (2013: 13). El papel ideológico de la metáfora consta en formar perspectivas específicas de la opinión pública sobre la realidad (2013: 32). Después de analizar la metáfora de la crisis el autor destaca dos tipos de la metáfora periodística: explicativa y constructiva (con un fuerte efecto emocional). Estos dos tipos de metáfora, en opinión de Soares da Silva, no existen independientemente sino unas se convierten en otras: las metáforas explicativas pasan a las constructivas, desarrollando ya su propia conceptualización del problema (2013: 32).

2. Hipótesis iniciales y metodología del estudio

Los investigadores del periodismo han puesto énfasis al alto paralelismo político de los medios de comunicación españoles (Hallin y Mancini, 2008: 91, 96-97). Moncada

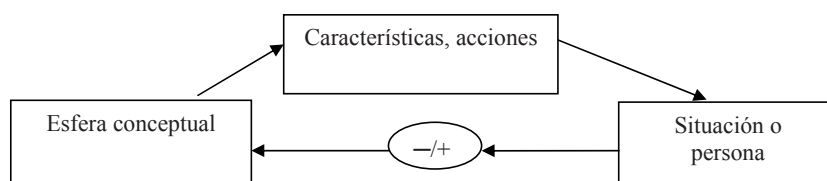
afirma que uno de los filtros por que pasan las noticias en los periódicos españoles es la política (2000: 69). Los artículos publicados en *El País* permiten definir este periódico como un medio con orientación de centro-izquierda. *El País* tiene una historia no muy extensa (se edita a partir del año 1976), posee una autoridad en su territorio. El periódico se define como un diario “independiente, nacional, de información general, con una clara vocación europeísta, defensor de la democracia plural” (VV. AA., 2002: 21). Se ha tenido en cuenta la orientación política de dicho diario a la hora de calificar una persona opuesta a esta orientación.

En total, hemos seleccionado 12 textos del 24 de febrero al 8 de marzo, de los cuales hemos incluido en el trabajo los ejemplos más ilustrativos. La mayoría (8 de 12 textos) se publicaron en el apartado “Internacional”, otros 4 – en el apartado “Opinión”. Así, los textos propiamente de opinión son los cuatro.

De acuerdo con la orientación política del diario pensamos que la tendencia ideológica influye directamente a la forma de la representación del grupo opuesto por ideología aunque sea de otro país; la metáfora desempeña en estos textos un papel importante como un recurso de crear la imagen correspondiente de una persona o una situación. Suponemos que actualizando las asociaciones se puede transmitir al receptor su propia calificación de acontecimiento o persona y así se puede evitar posibles confusiones y no romper las normas éticas.

Basamos en las afirmaciones teóricas de los autores citados arriba y manejanos dentro de la teoría cognitiva de la metáfora y las tesis de Lakoff y Johnson, que suponen la existencia de los conceptos universales que estructuran nuestro pensamiento, y conceptualizando la realidad existente son capaces de crear “nueva realidad” (1995: 186), y de Fauconnier y Turner, cuyo objetivo es esquematizar el proceso de la formación de las metáforas en la mente del emisor (1998). En opinión de Fauconnier y Turner, la metáfora se basa en la integración conceptual, es decir, una operación mental básica que se aplica en varias zonas del pensamiento y la acción.

Aparte de estas se han tenido en cuenta las investigaciones y los modelos del funcionamiento del cerebro inducidos en *Dentro de la torre de Babel del cerebro* («Внутри Вавилонской башни мозга»), de Anokhin (Анохин: 2013) y la teoría general de la mente presentada por Carretié Aragüena (2011). Para explicar el proceso de la formación de la metáfora utilizamos el término “esfera conceptual”, el campo de donde procede la traslación semántica del acontecimiento o persona.



El esquema incluye los siguientes pasos: la calificación; la traslación a la esfera conceptual correspondiente; el desarrollo o la selección de las características o acciones, eventos etc. Partimos en las esferas conceptuales del trabajo de Teruel Planas *Retòrica, informació i metàfora: anàlisi aplicada als mitjans de comunicació de massa*: monstruos o imaginario, tiempo, geo, sentimientos, soberanía y poder,

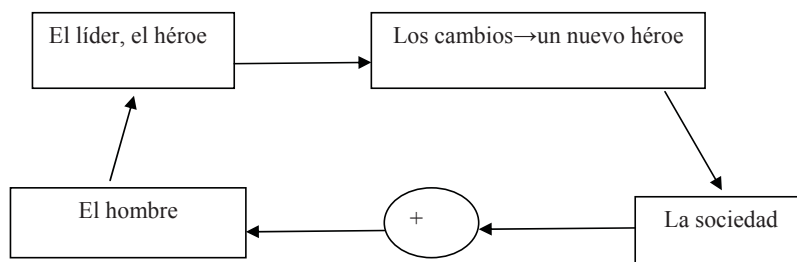
hombre, espacio, justicia, casa, educación, calor, divinidad, muerte, juego, guerra, deporte, música, agua, aire, industria, dinero, mar y animal (1997, 250-273).

3. Resultados del análisis

El análisis realizado permite destacar la existencia de cinco líneas de la representación que forman en común la imagen de las elecciones presidenciales y el de Vladimir Putin. La primera trata de señalar el conflicto entre Putin y la sociedad, subrayando la parte de la sociedad que está en contra de su presidencia. La segunda línea consiste en la representación del acto de las elecciones que aparecen como una especie de este conflicto entre Putin, por un lado, y la sociedad, por el otro, y que conforma la línea cognitiva muy común para los textos periodísticos relacionados con la política LAS ELECCIONES SON UNA GUERRA. La tercera línea remite a las elecciones como un juego o una especie de la representación teatral. La cuarta línea presenta la política de Putin durante el periodo anterior de su presidencia y remite a la esfera conceptual “el poder”. La quinta línea relaciona las protestas con la aparición de la nueva sociedad civil y presenta este hecho como un fenómeno natural. Abajo hemos puesto las metáforas más ilustrativas de estas líneas.

La representación de Putin y la sociedad como dos fuerzas opuestas, de alguna manera señala un conflicto entre ellos y la esperanza de llegada de los cambios positivos por parte de la población que no apoya al poder oficial. En un artículo que muestra una reflexión sobre las causas y las consecuencias de las protestas contra los resultados de las elecciones presidenciales de marzo de 2012, “Nueva fase rusa” (*El País*, 8 marzo), encontramos la opinión sobre la situación actual en la sociedad rusa como una sociedad en crisis en su relación con las personas que detentan el poder del Estado. Esta no presenta la imagen de un héroe concreto, sino de una parte de la población que denuncia el fraude electoral.

Ej. 1. Mientras tanto, el 10 de marzo la oposición ha conseguido permiso para realizar un mitin en Moscú. Estará dedicado al nuevo héroe de la sociedad civil rusa: el observador electoral que movido por sus convicciones, no ha temido denunciar los fraudes (*El País*, 8 marzo).

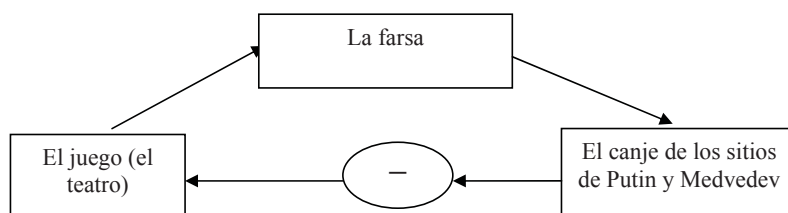


En el marco de la confrontación “Putin – sociedad” la característica dada a la sociedad es positiva, la traslación conduce a la esfera “el hombre”; se elige el hombre-líder, que se concreta en el sustantivo “héroe”, ya que es la oposición entre los tiempos actuales y futuros (se trata de la esperanza de la aparición de un nuevo tipo de

héroe), se añade una característica del héroe explicada por el adjetivo “nuevo”. El uso de las metáforas “heroicas” se une al de otros dos tipos de metáforas que también encontramos en los textos analizados: las metáforas de guerra y las de juego.

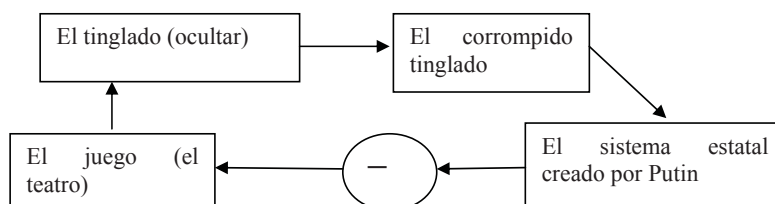
Los textos dedicados a las elecciones del 2012 también incluyen algunas metáforas “teatrales”. Así, el artículo “Rusia, el domingo”, publicado el 1 de marzo trata de las cosas que debe hacer Putin después de su victoria para desarrollar una sociedad civil en Rusia: “Putin tendrá que democratizar su país para mantenerse, gane en primera o segunda vuelta”. Encontramos en el texto una metáfora teatral que ofrece una connotación negativa, la traslación conduce a la esfera “el juego”, que se especifica en “el teatro”, y de los tipos de representación teatral se elige “la farsa”. Esta metáfora implica para referirse a que el carácter institucional y las elecciones no son más que una farsa para mantenerse en el poder.

Ej. 2. En últimos meses, tras la farsa del canje de sillones entre Putin y Medvedev y la posterior manipulación de las elecciones parlamentarias de diciembre en favor del partido del Kremlin ha emergido imparable en Rusia una sociedad civil largamente anestesiada (*El País*, 1 marzo).



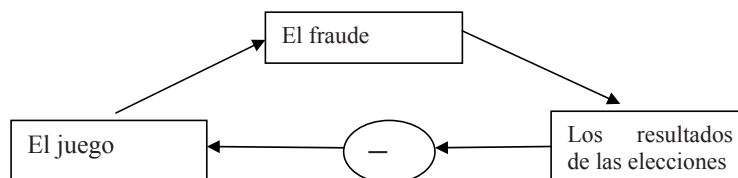
En la siguiente metáfora extraída del mismo artículo y que también se refiere a la representación teatral se subraya la inadecuación del sistema estatal actual que está a punto de desaparecer y tiene que cambiarse para responder a las demandas de la sociedad. La transferencia para expresar la idea va a la esfera conceptual “el juego”, en concreto, “el teatro”. De los términos relacionados se elige el sustantivo “tinglado”, ya que sirve para ocultar algo (en este caso para ocultar la política del Estado). Para hacer la imagen más expresiva y visual se añade la característica del “tinglado”, “corrompido”, que señala su inestabilidad y la próxima destrucción.

Ej. 3. Pero con o sin segunda vuelta, a Putin le va resultar imposible mantener el corrompido tinglado que ha regido la vida política del país desde que llegara al poder en 1999 (*El País*, 1 marzo).



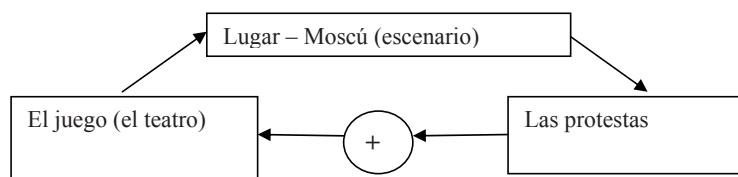
La siguiente metáfora se refiere a la esfera del juego y trata de calificar los resultados de las elecciones, es decir, la victoria de Putin. La calificación es negativa, la traslación se conduce a la esfera conceptual “el juego”, de las conclusiones se elige “fraude”, el juego deshonesto. Se expresan aquí las dudas en los resultados y el alto grado de la manipulación en las elecciones, la conclusión que atrae la metáfora es: las elecciones como tales han sido privativas. Esta metáfora, además, se encuentra en el titular.

Ej. 4. Decenas de detenidos en Rusia en las protestas contra *el fraude electoral* (*El País*, 6 marzo).



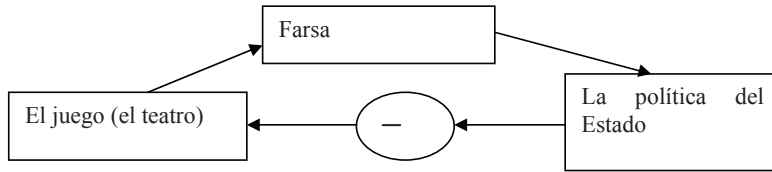
A continuación del mismo artículo publicado el 6 de marzo encontramos la imagen de Moscú como la ciudad a borde de disturbios. La calificación del hecho de protestas lleva la connotación positiva, ya que representa grupos opuestos al poder. La traslación conduce a la esfera conceptual “el juego” (“el teatro”), donde se selecciona el sustantivo “escenario” que atribuye a la imagen la sensación de trascendencia. Esta sensación dramática se conecta con los enfrentamientos entre las fuerzas autorizadas del poder y los participantes del mitin de la oposición, la característica que añade la expresividad es el adjetivo “violento”.

Ej.5. Moscú fue *escenario* anoche *de violentos enfrentamientos* entre las fuerzas antidisturbios y ciudadanos que habían participado antes en un mitin autorizado de la oposición (...) (*El País*, 6 marzo).



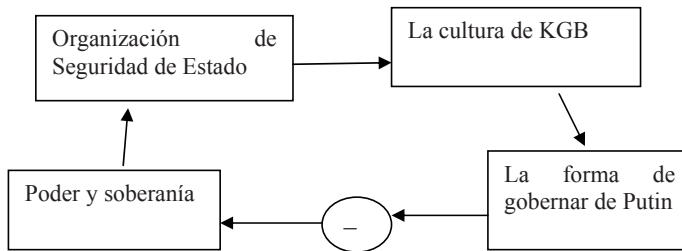
En el artículo de opinión publicado el día 6 de marzo, “Las cosas como son” que presenta las reflexiones sobre los resultados de las elecciones, la futura política estatal y, sobre todo, las perspectivas de la vida político-social del país, encontramos dos metáforas importantes. En el ejemplo 6, de entrada al artículo tenemos una calificación de la política anterior, de las elecciones y el cambio de puestos entre Putin y Medvedev como “la farsa política”. La calificación es negativa, la traslación lleva a la esfera conceptual “el juego” (“el teatro”), de tipos de representaciones teatrales se elige “farsa”.

Ej.6. Las elecciones presidenciales del domingo han venido a deshacer *una farsa política* (*El País*, 6 marzo).



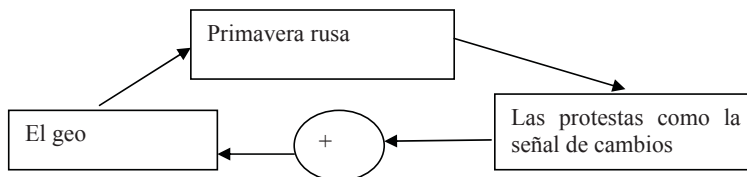
El mismo artículo presenta una metáfora referida a la presidencia de Putin. La calificación del período es negativa, la traslación conduce a la esfera “poder y soberanía”, dentro de la cual se refiere directamente a la Organización de Seguridad de Estado (KGB), ya que trabajaba allí. El termino aplicado, “gobernar con cultura de la KGB” tiene una connotación negativa, ya que predispone a pensar en un gobierno represivo, esta imagen de la organización vinculada a la guerra fría y a como se interpretó la Unión Soviética, como un país cerrado y autoritario, lo que nos lleva a pensar que se intenta recuperar este antiguo sistema que no es bueno para la sociedad.

Ej. 7. Putin, que en la noche electoral se resistió a presentarse como un presidente de todos, se engañaría si desoyera las ansias de cambio en la política y en la economía que hay en estos sectores más dinámicos de la población y si pensara que va a gobernar Rusia con su cultura de exagente de KGB durante 12 años (...) (*El País*, 6 marzo 2012).



A continuación del artículo encontramos la metáfora del ejemplo 8: como las elecciones y la política son farsas, el hecho de protestas señala la proximidad de la situación en que está actualmente Rusia con los países al borde de revoluciones o cambios radicales, que se expresa en la metáfora “primavera rusa”.

Ej.8. Pese a la capacidad de represión del régimen, no cabe descartar que ahora acabe protagonizando una primavera rusa en un país que acabó con el comunismo, pero sin una revolución democrática (*El País*, 6 marzo).



La calificación del hecho de las protestas organizadas por la oposición es positiva, la traslación conduce a la esfera conceptual “el geo”, dentro de la cual se elige la

estación del año más asociada con los cambios, la aparición de lo nuevo, como inicio de vida, la primavera. Sin embargo, esta metáfora tiene la doble cara, ya que encima de esta asociación directa se refiere a las conocidas revoluciones en los países árabes a partir del año 2010, que se nombran “la primavera árabe”. Esta analogía se mantiene también por el resto de la frase.

4. Conclusión

De acuerdo con las afirmaciones teóricas las metáforas analizadas indican la interpretación necesaria de las elecciones y de la imagen de Vladimir Putin. Se subraya en los textos la oposición entre Putin y la sociedad, mientras tanto no se presenta la opinión de aquella parte de la población que le apoya. El análisis confirma las hipótesis iniciales, ya que se nota la influencia de la orientación ideológica en la representación de la persona opuesta, aunque en el nivel internacional; la imagen creada por las metáforas se transmite al lector mediante las asociaciones correspondientes, que se pueden representar por el esquema: las elecciones son falsas → toda la sociedad no acepta los resultados → se señala la oposición entre Putin y la sociedad → las protestas contra su presidencia llevarán a los cambios del régimen.

5. Bibliografía

Anokhin K.V. (2013). Vnutri Vavilonskoy bashni mozga [Programa de divulgación científica Academia ofrecido por la Rossiya-Kul'tura] [Анохин К.В. (2013). *Внутри Вавилонской башни мозга*] [Programa de divulgación científica Academia ofrecido por la Россия-Культура].

Budaev E.V. (2006). «Mogut li metafory ubivat'?: pragmaticheskiy aspekt politicheskoy metaforiki». En Chudinov A.P. (ed.), *Politicheskaya lingvistika*. Vypusk 20. Ekaterinburg: Ural'skiy gosudarstvennyy pedagogicheskiy universitet, pp. 67-74 [Будаев Э.В. (2006). «*Могут ли метафоры убивать?*»: прагматический аспект политической метафорики». En Чудинов А.П. (ed.), *Политическая лингвистика*. Выпуск 20. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, pp. 67-74].

Burguet Ardiaca, F. (1997). *Construir les notícies: una teoria de la redacció periodística*. Barcelona: Dèria.

Bustos, E. (2014). *Metáfora y argumentación: teoría y práctica*. Madrid: Cátedra.

Cardoso e Cunha, T. (2009). “Argumentação e metáfora no discurso político”, *Comunicação e Sociedade*, 16, pp. 19-25.

Carretié Arangüena, L. (2011). *Anatomía de la mente: emoción, cognición y cerebro*. Madrid: Pirámide.

Fauconnier, G. y Turner, M. (1998). “Conceptual Integration Networks”, *Cognitive Science*, 22, 2, pp. 133-187.

Filatov N.S. (2014). Razvertyvanie kontseptual'noy metafory kak priem tekstoobrazovaniya v zhurnalistike. En Berezhnaya M.F. (ed.), *Sovremennaya mediasreda: tvorchestvo i tekhnologii*. Vzgl'yad molodykh issledovately. Sankt-

Peterburg: Sankt-Peterburgskiy gosudarstvennyy universitet, Institut «Vysshaya shkola zhurnalistiki i kommunikatsiy», pp. 145-15 [Филатов Н.С. (2014). *Развѣртывание концептуальной метафоры как приём текстообразования в журналистике*. En Бережная М.Ф. (ed.), *Современная медиасреда: творчество и технологии. Взгляд молодых исследователей*. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, Институт «Высшая школа журналистики и коммуникаций», pp. 145-151].

Fuentes, J. F. y Fernández Sebastián, J. (1998). *Historia del periodismo español: prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*. Madrid: Síntesis.

Gomis, L. (1989). *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació.

Hallin, D. y Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.

Hellsten, I. y Renvall, M. (1997). “Inside and outside of Politics? Metaphor and Paradox in Journalism”, *Nordicom Review*, 2, pp. 41-48.

Hernández, M. L. (2004). “La metáfora política en la prensa venezolana. Un estudio lingüístico cognitivo”, *Opción*, 20, 44, pp. 55-77.

Lakoff, G. (1992). *Metaphor and war. The metaphor system used to justify war in the Gulf*. En Pütz, M. (ed.), *Thirty Years of Linguistic Evolution: Studies in Honour of René Dirven on the Occasion of his Sixtieth Birthday*. Philadelphia; Amsterdam: John Benjamins, pp. 463-481.

Lakoff, G. y Johnson, M. (1995). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
Moncada, A. (2000). *Manipulación mediática: educar, informar o entretener*. Madrid: Ediciones Libertarias.

Olza Moreno, I. (2008). “Metáfora y argumentación en el lenguaje político y la prensa españoles. Aproximación a las metáforas relacionadas con el ‘proceso de paz’”, *Estudios de Lingüística*, (22), pp. 213-242. En: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/13491>.

Reboul, O. (1986). *Lenguaje e ideología*. México: Fondo de Cultura Económica.
Romano, M. B. (2010). “Metáforas en el discurso periodístico”, *Especulo. Revista de estudios literarios*. En: <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero46/metadipe.html>.

Soares da Silva, A. (2013). “O que sabemos sobre a crise económica, pela metáfora. Conceptualizações metafóricas da crise na imprensa portuguesa”, *Revista Media & Jornalismo*, 22, 1, Número temático “Crise, Memória e Esquecimento”, *Revista do Centro de Investigação Media e Jornalismo*, pp.11-34.

Teruel Planas, E. (1997). *Retòrica, informació i metáfora: anàlisi aplicada als mitjans de comunicació de massa*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Tupitsyna I.K. i Skorokhodova E.Yu. (2009). «Priroda metafory i ee ispol'zovanie v sovremennoy rossiyskoy presse», Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. iskusstvovedenie, 22,160, pp. 108-114 [Тупицына И.К. и Скороходова Е.Ю. (2009). «Природа метафоры и её использование в современной российской прессе», *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. искусствведение*, 22, 160, pp. 108-114].

Vázquez, I. y Aldea, S. (1991). *Estrategia y manipulación del lenguaje: análisis pragmático del discurso publipropagandístico*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.

VV.AA. (2001). *Diccionario de la lengua española de la Real Academia Española*. En: <http://www.rae.es/rae.html>.

VV.AA. (2002). *El País. Libro de estilo* (16ª ed.). Madrid: El País.