

Metáfora y conceptos abstractos

MARCEL DANESI

Profesor de Antropología en la Universidad de Toronto y Director del Programa de Semiótica y Teoría de la Comunicación. Es Jefe de Redacción de *Semiótica*, revista de la Asociación Internacional de Estudios Semióticos, y de varias series de libros relevantes de semiótica y comunicación. Entre sus libros más importantes se encuentran: *Vico, Metaphor, and the Origin*

of Language, Indiana University Press, 1993. *The Forms of Meaning: Modeling Systems Theory and Semiotics* (en coautoría con Thomas A. Sebeok), Berlin, Mouton de Gruyter, 2000. *The Puzzle Instinct: the Meaning of Puzzles in Human Life*, Indiana University Press, 2002 y *Poetic Logic: The Role of metaphor in Thought, Language, and Culture*, Madison, WI, Atwood Publishing, 2003.

Introducción

La investigación científica sobre la metáfora se ha convertido, desde mediados de la década del '50, en algo verdaderamente abrumador tanto por su cantidad como por el cúmulo de reflexiones que ha suscitado. A partir de la extensa investigación se ha vuelto obvio que la metáfora no es sólo una característica regular e innata del sistema semántico de un lenguaje, sino también la fuente de diversos conceptos abstractos, categorías gramaticales y simbolismo cultural. Es bien sabido que el interés por la metáfora se inició en la antigüedad con Aristóteles (384-322 a.C.), filósofo que acuñó el término *metaphor* –en sí mismo una metáfora (*meta* 'más allá' + *pherein* 'llevar')– señalando que muchas formas abstractas del conocimiento se basaban en el razonamiento metafórico asociativo. Sin embargo, Aristóteles también afirmaba que, además de producir conocimiento, la función más común de la metáfora era la de decorar modos literales de pensamiento y de habla. Curiosamente, esta última aserción

Traducción: Luciano Massa y Nora Minuchin
Revisión técnica: María Laura Elicabe

fue la que adoptaron la mayoría de los filósofos occidentales hasta el siglo XX. Pero nada podía estar más lejos de la verdad. En 1977, el equipo integrado por Pollio, Barlow y Fine llevó a cabo una amplia investigación de textos de discursos comunes y encontró que se basaban en razonamientos asociativos metafóricos. Hallaron que las personas anglohablantes, por ejemplo, pronunciaban en promedio 3.000 metáforas nuevas y 7.000 modismos por semana. Es obvio, tal como señalaron, que difícilmente la metáfora podría considerarse como una opción ornamental del lenguaje literal.

Desde entonces la gran cantidad de datos recolectados sobre la metáfora sugiere enfáticamente que muchos de los conceptos abstractos, si no la mayoría, son codificables y reconocibles primordialmente como «ideas metafóricas», es decir como conceptos que se derivan cognitivamente mediante el razonamiento metafórico y un proceso de asociación metafórica que en este artículo se denominará *estratificación* [layering] (Gibbs, 1994; Goatley, 1997). La literatura más actualizada sobre lo que se ha denominado *Teoría de la Metáfora Conceptual*—de aquí en más TMC—(Lakoff y Johnson 1980, 1999; Lakoff, 1987; Johnson, 1987) ha hecho obvio que los conceptos metafóricos forman la base de muchas abstracciones. Sin embargo, desde mi punto de vista, la TMC carece todavía de un marco sintético para interpretar las diversas y multiformes manifestaciones de los muchos *estratos* [layers] de la metáfora en el simbólico y comunicacional comportamiento humano. El propósito de este artículo es el de proveer dicho marco desarrollado a partir del trabajo previo en esta área (Danesi, 1998, 2004).

Teoría de la estratificación

La noción de *estratificación*—en sí misma una metáfora—pretende simplemente

proveer un marco para investigar sistemas representacionales, tales como el lenguaje, en términos de tres estratos que fueron denominados por Charles Peirce (1839-1914) como *primeridad*, *segundidad* y *terceridad*. En esencia, aseveran que cualquier acto o señal de representación implica una interacción o un «flujo cognitivo» entre estas tres capas en diversos grados. La *estratificación* delimita cómo codificamos el significado en un supuesto metafórico y cómo extraemos significado de dicho supuesto. Un estrato metafórico de la *primeridad* es aquel que está construido con vehículos concretos (es decir con vehículos referidos a referentes concretos), un proceso que produce una *metáfora conceptual*, tal como es denominada en la literatura pertinente (Fauconnier, 1985, 1997; Sweetser, 1990; Croft 1991; Deane, 1992; Indurkha, 1992; Fauconnier y Sweetser, 1996). En este artículo una metáfora conceptual se redenomina como *metaforma* lo que es, en esencia, una nueva *forma* haciendo referencia a un concepto abstracto conectándolo con un concepto concreto y existente (Sebeok y Danesi, 2000). La fórmula [pensar = ver], por ejemplo, es una metaforma ya que se compone de un concepto abstracto, [pensar], que es conceptualizado en términos de un concepto concreto, [ver]. Esta metaforma sustenta expresiones tales como:

1. We cannot see what use your *idea* might have.¹
2. They cannot quite *visualize* what that *theory* is all about.²

De acuerdo con la TMC, cada una de las dos partes de la metaforma se denominan *dominio*. [pensar] sería el *dominio de destino* ya que es el tema abstracto en sí mismo—el «blanco» de la metaforma—; y [ver] se denomina el *dominio de origen* ya que incluye los tipos de vehículos que producen el significado de la metaforma—el «origen» del concepto metafórico—(Lakoff y Johnson, 1980). Una proposición metafórica especi-

N. de T.: 'No podemos *ver* qué uso podría tener su *idea*.

²Ellos no pueden *visualizar* acerca de qué trata esa *teoría*.

fica expresada en una situación discursiva es entonces susceptible de ser construida como una manifestación particular de una metáfora. Esto se ve en las proposiciones metafóricas como las siguientes:

3. Many of his ideas are *circular*.³
 4. I have never been able to see the *point of your idea*.⁴
 5. His ideas are *central* to the whole debate.⁵
 6. It seems that our ideas are *diametrically* opposite.⁶
- etc.

Es obvio que no son ejemplos de creaciones metafóricas aisladas y autónomas, sino ejemplificaciones específicas de la metáfora cuyo dominio de destino es [ideas] y cuyo dominio de origen es identificable como [figuras geométricas/relaciones]. Las metáforas constituyen el primer estrato de las abstracciones generadas metafóricamente.

Desde el punto de vista psicológico, las metáforas relacionan la «experiencia» de algún dominio de destino con algo que es familiar y fácilmente representable tanto en términos mentales como en términos de representación. Revelan una tendencia básica de la mente humana a pensar los conceptos abstractos icónicamente y mediante la asociación. Entre los primeros que señalaron esto se encuentra el filósofo italiano Giambattista Vico (1688-1744), tal vez el primero en considerar a la metáfora como la única habilidad de la mente humana para interconectar cosas y eventos en el mundo (Danesi, 1993). Antes de Vico, la metáfora era considerada como una manifestación de la *analogía*. En la lógica tradicional, la analogía es definida como una forma inductiva del razonamiento que afirma que si una o dos entidades son similares en uno o más atributos, entonces existe una probabilidad de que sean similares en otros, como algunos siguen afirmando (Skousen,

1989; Way, 1991; Mitchell, 1993). Por otro lado, para Vico la metáfora era apenas una estrategia analógica; era la herramienta mental primaria que los seres humanos usan para crear analogías en sí mismas y así pensar cosas que no se podrían conocer de otra manera.

Las metáforas –que componen el primer estrato de las ideas metaforizadas– surgen de un proceso que puede ser denominado de *asociación por inferencia*. En psicología, el *asociacionismo* es la teoría que sostiene que la mente llega a conocer conceptos combinando elementos simples e irreducibles por medio de una conexión mental. Aristóteles reconoció cuatro estrategias por medio de las cuales se forjan las asociaciones: (1) por *similitud* (por ejemplo, una naranja y un limón); (2) por *diferencia* (cálido y frío); (3) por *contigüidad* en el tiempo (el amanecer y el canto del gallo) y (4) por *contigüidad* en el espacio (una taza y una cuchara). Los filósofos empiristas ingleses John Locke (1632-1704) y David Hume (1711-1776) consideraron la percepción sensorial como el factor subyacente de dicho proceso. En el siglo XIX, la visión aristotélica fue examinada empíricamente, llevando finalmente a la fundación de una escuela asociacionista de psicología guiada por los principios enunciados por James Mill (1773-1836) en su *Analysis of the Phenomena of the Human Mind* (1829). Además de las cuatro estrategias originales de Aristóteles, esta escuela encontró que factores tales como la *intensidad*, la *inseparabilidad* y la *repetición* aumentaban la fuerza de una asociación: por ejemplo, los *brazos* se asocian con los *cuerpos* ya que son inseparables; el *arco iris* se asocia con la *lluvia* ya que repetidas observaciones demuestran que coexisten, etc.

El psicólogo que desarrolló experimentalmente el asociacionismo fue Edward Thorndike (1874 - 1949), quien amplió el trabajo iniciado por Iván Pavlov (1849 - 1936) en 1904. Pavlov proporcionó una

³Muchas de sus ideas son *circulares*.

⁴Nunca pude ver el *objetivo* de tu idea.

⁵Sus ideas son *centrales* para todo el debate.

⁶Parece que nuestras ideas son *diametralmente* opuestas.

base empírica para investigar cómo se efectúan las asociaciones mediante la repetición. Cuando Pavlov presentaba un estímulo cárneo a un perro hambriento, por ejemplo, el animal salivaba espontáneamente tal cual se esperaba. Esta era la *respuesta incondicionada* (*unconditioned response*) del perro. Luego de que Pavlov hacía sonar una campana mientras presentaba el estímulo cárneo un número de veces, se encontró con que el perro finalmente salivaba sólo cuando sonaba la campana, sin el estímulo. Pavlov sugirió claramente que el sonido de la campana por sí mismo, que no había provocado la salivación inicialmente, había ocasionado una *respuesta condicionada* (*conditioned response*) en el perro. Por medio de la *asociación*, el perro había aprendido algo nuevo. Todo psicólogo conductista reconocido ha utilizado la noción pavloviana de asociacionismo. A pesar de que los conductistas creen que todos los procesos de pensamiento pueden ser explicados mediante asociaciones de estímulos y respuestas, otros psicólogos rechazan enfáticamente dicho enfoque por considerarlo inadecuado para explicar el pensamiento creativo y el comportamiento verbal.

El significado de *asociación* tal como es usado en el marco teórico de la estratificación no es el pavloviano. En línea con los psicólogos asociacionistas del siglo XIX y con los psicólogos gestálticos del siglo XX, es utilizado aquí para hacer hincapié en que los conceptos abstractos generan su significado sólo con relación a otros conceptos. Las relaciones pueden ser forjadas por sentido, observando las características físicas de los referentes o por inferencia imponiendo las asociaciones de sentido a referentes que son percibidos como poseedores de las mismas características.

La metaforma citada más arriba [ideas = formas geométricas/relaciones] es, en efecto, la razón que subyace a la práctica común de representar ideas y teorías con diagramas basados en figuras geométricas

(puntos, líneas, círculos, cubos, etc.). Así, todos los «modelos» son diagramas geométricos basados en metaformas. Las metaformas revelan la utilización de una estrategia mental asociativa-inferencial que permite a las abstracciones volverse cognoscibles en modos de representación concretos. En la teoría peirceana, la *primeridad* corresponde a la iconicidad y las metaformas son, efectivamente, formas icónicas en cuanto intentan simular alguna noción abstracta en un modo perceptual o sensitivo.

Ya que el dominio de origen de una metaforma abarca ideas concretas se deduce que la selección de una idea u otra desde un dominio particular producirá matices connotativos. Tómese, por ejemplo, el enunciado metafórico: «La profesora es una *vibora*». Es una manifestación específica de una metaforma, [personalidad humana = características físicas percibidas de animales]. Sin embargo, el significado de [vibora] que este enunciado expresa no es el literal, sino las connotaciones culturales específicas percibidas en las víboras, a saber: «sigilosa», «peligrosa», «escurridiza», etc. Es este cúmulo de connotaciones el que se proyecta en la representación del tema, [profesora]. Cada uso diferente de esta metaforma cambia la visión que obtenemos del tema: por ejemplo, en «La profesora es un *gorila*», la [profesora] es retratada en cambio como alguien «agresivo», «combativo», «grosero», etc., un complejo de connotaciones que están implícitas en el nuevo vehículo seleccionado, [gorila].

La dimensión de segundidad de la estratificación metafórica es inherente a una extensión de metaformas de primeridad; es decir, una vez que se ha formado la primera capa de metaformas abstractas de un lenguaje sobre la base de dominios de origen concretos, entonces esta capa se transforma en un nuevo dominio de origen apto para crear una capa de conceptos superior (= más abstracta). Las asociaciones de segundidad entre metaformas pueden ser

denominadas *meta-metaformas* (Sebeok y Danesi, 2000). De esta manera, por ejemplo, en expresiones tales como la siguiente el dominio de destino de [ideas] es presentado por dominios de origen que son metaformas en sí, [concibiendo algo en la mente = movimiento ascendente] y [reflexión = movimiento de escaneo].

7. Where did you *think up* that idea?⁷
8. I *thought over* carefully your ideas.⁸
9. You should *think out* the whole problem before attempting to solve it.⁹

A pesar de que estas expresiones tienen referentes abstractos, sin embargo evocan imágenes de ubicación y de movimiento. El verbo provenir [think up] obtiene una imagen mental de movimiento ascendente, retratando así al referente abstracto como un objeto extraído físicamente de un tipo de terreno mental; considerar [think over] evoca la imagen de un escaneo con el ojo de la mente y esclarecer [think out] obtiene una imagen de extracción de algo que puede obstruir el examen del ojo de la mente. Estas construcciones permiten a los usuarios localizar e identificar ideas abstractas en relación a contextos espacio-temporales, a pesar de que tales contextos son puramente imaginarios. Es como si estos índices imaginarios nos permitieran localizar pensamientos en la mente, con la mente poseyendo las características de un territorio y pensamientos de objetos dentro de él. Meta-metaformas como ésta implican una indexación de la referencia. Las metaformas de segundidad son, tal como sostiene la teoría peirceana, indicativas en sus focos representacionales.

La tercera capa del razonamiento metafórico es un nivel compuesto de lo que podría denominarse *meta-símbolos*. Las metaformas y las meta-metaformas son, con frecuencia, las fuentes de los símbolos culturales, de las categorías gramaticales y de las otras técnicas representa-

ciones que componen el «orden significativo» de una cultura. En términos peirceanos, la formación de símbolos es, por supuesto, un fenómeno de la terceridad, ya que en este caso la forma, el usuario de la forma y el referente se vinculan mutuamente por medio de las fuerzas de la convención social e histórica. Los meta-símbolos son aquellos que resultan de la asociación mutua de metaformas y/o meta-metaformas. Por ejemplo, una rosa es un meta-símbolo de amor en la cultura occidental ya que finalmente se deriva de la asociación metafórica de [amor] a un [aroma dulce], al color [rojo] y a la noción de que el amor crece como una [planta]. Estas son todas metaformas que conducen a la formación del meta-símbolo: [rosa = amor].

En resumen, la teoría de la estratificación postula que los conceptos abstractos son, primero, experimentados en términos de conceptos concretos produciendo metaformas de primeridad con propiedades icónicas. Estos se transforman luego en dominios de origen de metaformación adicional produciendo meta-metaformas de segundidad con propiedades indicativas. Finalmente, las metaformas y las meta-metaformas son en sí la base de muchos procesos simbólicos que producen meta-símbolos.

Metaformas

Tanto en la filosofía como en la psicología, el término *concepto* se utiliza para designar una estrategia general para referirse a cosas que son percibidas para incluir algún patrón general, alguna característica, etcétera. La *formación de conceptos* puede, de este modo, ser caracterizada como un proceso de inferencia de patrones o de características. Un *concepto concreto* puede ser ahora definido como el proceso de hacer referencia a un patrón, a una característica, etc., que es demostrable u observable en un modo

N. de T.:⁷ ¿De dónde *proviene* esa idea?

⁸ *Consideré* cuidadosamente tus ideas.

⁹ *Deberías esclarecer* el problema en su totalidad antes de intentar resolverlo.

directo; y un *concepto abstracto* como el proceso de hacer referencia a algo que no puede ser demostrado u observado directamente. Así, por ejemplo, la palabra [gato] hace referencia a un concepto concreto ya que uno puede demostrar u observar siempre la existencia de una criatura felina en el mundo físico. La palabra [amor], por el contrario, hace referencia a un concepto abstracto ya que, a pesar de que el amor existe como un fenómeno emocional, no puede ser demostrado u observado directamente (es decir, la emoción en sí misma no puede ser demostrada u observada como algo escindido de los comportamientos, estados de ánimo, etc. que produce).

La investigación psicológica pertinente demuestra que los conceptos se forman en alguno de los tres modos generales. El primero es por *inducción*, es decir, por la extracción de un patrón a partir de hechos o casos *específicos*. Por ejemplo, si uno tuviera que medir los tres ángulos de 100 triángulos *específicos* (de formas y tamaños variables), uno obtendría el mismo total (180°) cada vez. Luego esto llevaría a *inducir* que la suma de los tres ángulos de *cualquier* triángulo es siempre la misma (180°). La inducción revela un tipo de proceso de conceptualización en el cual un patrón *general* es extraído de sus acontecimientos *específicos*. El segundo modo por medio del cual los seres humanos forman conceptos es la *deducción*, lo contrario a la *inducción*, es decir por la aplicación de un patrón *general* a un acontecimiento *específico*. Por ejemplo, si uno tuviera que comprobar, por medio del uso de nociones euclidianas, que la suma de los ángulos de *cualquier* triángulo es de 180° , entonces uno *deduciría* que la suma de los ángulos en un triángulo *específico* determinado (sin importar su tamaño o forma, ya sea escaleno, isósceles, etc.) sumaría 180° . Por último, los conceptos se forman a través de la *abducción* (Peirce, 1931-1958). Para las intenciones actuales, ésta puede ser defini-

da simplemente como la visualización de un concepto abstracto sobre el modelo de un patrón concreto existente o ya conocido. El pensamiento abductivo es esencialmente un «presentimiento» sobre qué significa o presupone alguna cosa. Un ejemplo clásico es la teoría de la estructura atómica originada por el físico inglés Ernest Rutherford (1871-1937), quien conceptualizó el interior de un átomo como poseedor de la estructura de un sistema solar infinitesimal, con electrones comportándose como pequeños planetas girando alrededor de un núcleo atómico. El modelo de estructura atómica de Rutherford era, en efecto, una intuición de cómo se veía el interior de un átomo.

La distinción entre la formación de conceptos abstractos y la de conceptos concretos es una distinción general. En hechos reales hay muchos grados y estratos de corporeidad y abstracción en la conceptualización que son influenciados por factores connotativos, sociales, afectivos y de otro tipo (Leech, 1981: 9-23). Pero iría más allá de mi propósito investigar el rol que esos factores juegan en la formación de conceptos. Basta con decir que la mayoría de la información en crudo y desorganizada que proviene de la vista, el oído y de los otros sentidos es organizada en *conceptos* útiles por medio de la inducción, la deducción y la abducción. Además, ahora es evidente que el tipo de proceso de conceptualización o de representación registrado depende del tipo de patrón que la mente humana busca para una situación específica. A menudo los tres procesos – inducción, deducción y abducción – están implicados en un modo complementario.

Las metaformas se producen por abducción. En la metaforma [personalidad humana = características físicas de animales percibidas] son las propiedades físicas externamente demostrables de los [animales] las que son abducidas de modo de comprender los rasgos humanos («sigilo», «agresividad», etc.). Este modo de

razonamiento ha sido ampliamente documentado por la literatura de la TMC, la cual cobró ímpetu en 1977 cuando Howard Pollio y sus colegas demostraron que la metáfora no era solamente una opción del discurso sino su auténtica columna vertebral (Pollio, Barlow, Fine y Pollio, 1977). Este giro llevó en los últimos años de la década del '70 y durante la década del '80 al desarrollo de dos importantes tendencias: (1) la Teoría de la Metáfora Conceptual en sí misma (Ortony 1979; Honeck y Hoffman, 1980; Lakoff y Johnson, 1980, 1999; Lakoff, 1987; Lakoff y Turner, 1989; Kövecses, 1986, 1988, 1990; Johnson, 1987; Indurkha, 1992) y (2) una nueva rama de la lingüística que ahora se reconoce con el nombre de *lingüística cognitiva* (Langacker, 1987, 1990; Croft, 1991; Deane, 1992; Taylor, 1995; Fauconnier, 1997). La investigación pertinente dentro de la TMC sugiere enfáticamente que la mayor parte de nuestros conceptos abstractos son almacenados como metaformas por nuestros sistemas memorísticos.

Como se ha dicho anteriormente, en la TMC una *metáfora* específica no es considerada como una construcción aislada, sino como una instanciación específica de una metaforma:

10. The professor is a *snake*.¹⁰
11. Keep away from her; she's a *rat*.¹¹
12. What a *gorilla* he has become!¹²
13. She's a *sweetheart*, a true *pussycat*!¹³
14. He keeps everything for himself; he's a real *hog*.¹⁴

Tal como estos ejemplos muestran, la metaforma [personalidad humana = características físicas de animales percibidas] es una de las estrategias con-

ceptuales usada para comprender nociones tales como «sigilo», «traición», «agresividad», «amabilidad», etc. Además, como se mencionó anteriormente, cada selección diferente de un vehículo desde el dominio de origen – [víbora], [rata], [gorila], [gatita], [marrano], etc. – provee una descripción distinta de la personalidad específica para ser evaluada. No hace falta decir que las percepciones de los comportamientos de los animales varían de acuerdo a la situación. Pero lo cierto es que la gente de todo el mundo reacciona experiencial y afectivamente ante los animales con modos específicos y que estas reacciones son codificadas en un dominio de origen para evaluar la personalidad humana.

Una vez que este concepto se ha formado luego se transforma en una fuente para proveer detalles descriptivos adicionales para nuestras evaluaciones sobre la personalidad humana, si surgiese tal necesidad. Así, por ejemplo, el uso específico de [víbora] como vehículo puede convertirse en un sub-dominio (compuesto de tipos de serpientes), permitiéndole a uno ajustar detalles específicos de la personalidad descripta:

15. He's a *cobra*.¹⁵
 16. She's a *viper*.¹⁶
 17. Your friend is a *boa constrictor*.¹⁷
- etc.

De hecho, dentro de cada dominio de origen hay sub-dominios que proveen al usuario de metaformas de una variedad de connotaciones que pueden ser utilizadas para proyectar detalles sutiles en la descripción de alguna personalidad. Esto quizás explique por qué en 1973 la psicóloga Eleanor Rosch (Rosch, 1973a, 1973b) lle-

N. de T.: ¹⁰Ella profesora es una *víbora*.

¹¹Aléjate de ella, es una *rata*.

¹²En qué *gorila* se convirtió!

¹³Ella es un amor, una verdadera *gatita*.

¹⁴Él guarda todo para sí mismo, es un auténtico *marrano*.

N. de T.: ¹⁵Él es una *cobra*.

¹⁶Ella es una *viperina*.

N. de T.: ¹⁷Tu amiga es una *boa constrictor*.

gó a la conclusión de que hay tres niveles en la formación de conceptos. Algunos conceptos tienen una función referencial sumamente general. Ella los llamó *superordinados* (*superordinate*). La metaforma [personalidad humana = características físicas de animales percibidas] es en sí, en su esquema, un concepto superordinado, ya que se refiere al fenómeno general de la personalidad. Otros conceptos tienen una función tipológica. Rosch los llamó *básicos* (*basic*). La elección de vehículos metafóricos específicos desde el dominio de origen [animal] –[víbora], [rata], etc.– produce, de hecho, conceptos básicos ya que las elecciones vehiculares permiten hacer referencia a los tipos de personalidades. Por último, algunos conceptos tienen una función de detalle; Rosch los llamó *subordinados* (*subordinate*). La selección de sub-tipos de [víboras], [ratas], etc. –[cobra], [vipérida], etc.– son todos conceptos subordinados que podrían necesitarse para fines específicos, como hemos visto anteriormente.

Las metaformas no son generadas en un modo arbitrario, sino sobre la base de una experiencia de seres, objetos, eventos, etc. El concepto [personalidad humana = características físicas de animales percibidas] es guiado, podría decirse, por una experiencia común: que los animales y los humanos están interconectados en el esquema de cosas de la naturaleza. ¿Qué es lo que implica hablar de las personas en este modo? Significa que nosotros percibimos en realidad a los humanos comportándose como animales y que nuestras reacciones tienen un paralelo con aquellas experimentadas físicamente cuando vemos o tenemos encuentros con ciertos animales.

Lakoff y Johnson demuestran que la fuente psicológica de las metaformas deriva de *esquemas de imagen* (*image schemas*). Estos son impresiones mentales de nuestras experiencias sensoriales

de ubicación, movimientos, formas, reacciones, sentimientos, etc. Son los vínculos mentales entre las experiencias y los conceptos abstractos. Estos esquemas no sólo nos permiten reconocer patrones dentro de ciertas sensaciones corpóreas, sino también anticipar ciertas consecuencias y hacer inferencias. Los esquemas son *Gestalten* mentales que pueden reducir una gran cantidad de información sensorial a patrones generales. La teoría de los *esquemas de imagen* sugiere que los dominios de origen registrados al momento de configurar un concepto abstracto no fueron elegidos originalmente de un modo arbitrario, sino que derivan de la experiencia con seres, objetos, eventos, etc. La formación de una metaforma, por tanto, es el resultado de una abducción experiencial. Este es el motivo por el cual las metáforas producen a menudo efectos estéticos o de sinestesia y esto explica por qué los enunciados metafóricos son más memorables que otros.

Lakoff y Johnson identifican tres tipos básicos de esquemas de imágenes. El primero implica una orientación mental –*arriba vs. abajo; atrás vs. adelante; cerca vs. lejos*; etc.–. Esto conduce a la formación de conceptos abstractos tales como: [humor] («Hoy me siento *arriba*»); [economía] («La inflación está *baja*»); [crecimiento] («Mis ingresos se han ido *arriba*»); etc. El segundo tipo implica pensamiento ontológico. Esto produce metaformas en las cuales los conceptos son percibidos como entidades y sustancias: por ejemplo, [la mente = un contenedor, como en «Estoy *lleno* de recuerdos», «Mi mente está *vacía*», etc. El tercer tipo de esquema es una elaboración de estos dos. Este produce metaformas que amplían conceptos orientativos y ontológicos: por ejemplo, [el tiempo = un recurso] y [el tiempo = una cantidad] que sustentan nociones como «Mi *tiempo* es *dinero*», «No podés *comprar* mi *tiempo*», etc.

Tal como enfatizan Lakoff y Johnson a lo largo de su estudio fundacional de 1980 no detectamos la presencia de tales esquemas de imágenes en los discursos comunes debido al uso reiterado. Por ejemplo, no seguimos interpretando la palabra [ver] en términos metafóricos en oraciones tales como: «No veolo que querés decir», «¿Ves lo que estoy diciendo? porque su utilización en estas expresiones se ha vuelto muy familiar para nosotros. Pero la asociación entre el acto biológico de *ver* fuera del cuerpo con el acto imaginario de *ver* dentro del espacio mental fue originalmente la fuente de la metaforma conceptual [comprender/creer/pensar = ver] que ahora impregna los discursos comunes:

18. There is more to this than *meets the eye*.¹⁸

19. I have a different *point of view*.¹⁹

20. It all depends on how you *look at it*.²⁰

21. I take a *dim view* of the whole matter.²¹

22. I never see *eye to eye* on things with you.²²

23. You have a different *worldview* than I do.²³

24. Your ideas have given me great *insight* into life.²⁴

La presencia de tales metaformas en el discurso cotidiano cuestiona la «arbitraria» visión saussureana (1916) del significado. Es sólo luego de que se han convencionalizado mediante el uso frecuente y la rutinización en un contexto cultural que su relación metafórica original con referentes concretos se atenúa o se pierde en la conciencia. Esta visión sobre la formación de conceptos no es nueva. Ha estado implícita en el trabajo de diversos semióticos, lin-

güistas y filósofos desde hace tiempo, no sólo en el trabajo relacionado con la TMC (Lucy, 1992). Simplemente, nunca había sido identificada como tal. El estudio del vínculo entre la percepción y el lenguaje fue, por supuesto, el objetivo de von Humboldt (1836), Sapir (1921) y Whorf (1956), un objetivo que nunca había sido verdaderamente considerado por la mayoría de los lingüistas hasta hace poco. Muchos de los descubrimientos que hoy se discuten bajo el título de TMC, sin embargo, se pueden encontrar en los escritos de Bühler (1908), Staehlin (1914), Vygotsky (1931, 1962, 1978), Richards (1936), Asch (1950, 1958), Osgood y Suci (1953), Brown, Leiter y Hildum (1957), Black (1962) y Arnheim (1969), por mencionar unos pocos, antes del gran surgimiento del interés por la metáfora en los últimos años de la década de los '70 y a lo largo de la década del '80 y del '90. El trabajo de estos autores mostró que el significado creado por una metáfora era difícilmente decorativo. Argumentaban que, tal como dos sustancias químicas mezcladas en un tubo de ensayo, el resultado de la mezcla de dos dominios por la metaforización creaba una interacción dinámica que conservaba no sólo las propiedades de ambos dominios sino también las propiedades únicas de sí misma. La TMC agregó, principalmente, que la «mixtura semántica» resultante es el ingrediente primario en la formación de conceptos abstractos.

El conocimiento de la personalidad humana supone el de metaformas tales como la discutida aquí [personalidad humana = características físicas de animales percibidas]. Este tipo de conocimiento es culturalmente específico. El mismo dominio de origen pudo haber sido utilizado de otro modo; es decir, aplicado a dominios de destino diferentes tales como [justicia], [esperanza], etc. También un dominio de

N. de T.:¹⁸Esto parece ser más de lo que se ve a simple vista.

¹⁹Tengo un *punto de vista* diferente.

²⁰Todo depende cómo lo *mires*.

²¹Tengo una *visión confusa* del asunto.

²²*Nunca vemos* las cosas de la *misma manera*.

²³Tenés una *cosmovisión* distinta a la mía.

²⁴Tus ideas me han dado una *visión más profunda* en la vida.

origen diferente pudo haber sido usado en tándem con esta metáfora. En la cultura occidental, por ejemplo, el dominio de destino de [personalidad humana] es comúnmente conceptualizado en términos de [portación de una máscara]. Es más, el significado original de la palabra *persona* revela esta conceptualización. En la Antigua Grecia la palabra *persona* se usaba para denotar una «máscara» usada por un actor en el escenario. Posteriormente adquirió el significado de «la personalidad del portador de la máscara». Este significado todavía existe en el término teatral *dramatis personae*, «elenco de personajes» (literalmente, «las personas del drama»). Finalmente, la palabra llegó a tener su significado actual de «ser humano vivo». Este análisis diacrónico de la palabra *persona* también explica por qué hoy en día seguimos usando expresiones teatrales tales como *desempeñar un papel en la vida*, *poner la cara apropiada*, etc. para referirnos a personas.

Cualquiera sea el caso, una vez que una metáfora se generaliza en un contexto cultural torna eficiente y conveniente la comunicación y la representación, condicionando a sus usuarios a anticipar o a proyectar sus experiencias en otros dominios de referencia y conocimiento. De hecho, cualquier metáfora puede convertirse en un medio productivo para otras actividades generadoras de significado (Levin, 1977; 1988).

Meta-metaformas

Una vez que ciertas metáforas tales como [pensamiento = visión] han ingresado en el lenguaje, pueden luego convertirse en nuevos dominios de origen para la formación de otros conceptos abstractos, como por ejemplo el vínculo de la metáfora [pensamiento = visión] con la metáfora [el pensamiento se produce a la luz de], que da resultado a una nueva

metaforma [pensamiento/conocimiento = visión a la luz de]:

25. I finally saw what you meant in the light of what you had told me.²⁵

26. I now see what you said in a different light.²⁶

27. They saw eye to eye in the clear light of all the evidence.²⁷

Tales ensamblajes conceptuales son, como se ha mencionado, *meta-metaformas*. Su presencia en el lenguaje y en los discursos puede ser claramente utilizada para explicar: 1) por qué hay diversos modos de conceptualizar el mismo dominio de destino, y 2) por qué estos no se separan el uno del otro. La estratificación de las metáforas para producir abstracciones superiores es un proceso inconsciente con una base cultural. Cuanta más alta sea la densidad de la estratificación, más abstractos y de esta manera más culturalmente específicos serán los conceptos (Dundes, 1972; Kövecses, 1986, 1988, 1990). Las metáforas de primeridad como [pensamiento = visión] son relativamente comprensibles a través de las culturas: es decir, las personas de culturas no anglo-hablantes podrían comprender fácilmente lo que significan los enunciados que dan lugar a esta metáfora si les fueran traducidos, ya que conectan dominios de origen concretos –por ejemplo, [ver], con abstracciones; [pensar], directamente-. Las *meta-metaformas*, por otro lado, son más propensas a ser entendidas primariamente en modos culturales específicos y son así mucho más difíciles de traducir debido a que conectan metáforas preexistentes con abstracciones.

Lakoff y Johnson (1980) se refieren al proceso de estratificación como un «modelado cultural». El siguiente es un ejemplo de cómo un modelo cultural parcial de [ideas/pensamientos] surge de la estratificación de metáforas de primeridad:

N. de T.: ²⁵Finalmente vi lo que me querías decir a la luz de lo que me habías contado previamente.

²⁶Ahora veo de una manera diferente lo que dijiste.

²⁷Ellos lo vieron de la misma forma a la luz de toda la evidencia.

[ideas/pensamientos = comida]

28. What he said left a *bitter taste* in my mouth.²⁸

29. I cannot *digest* all that information.²⁹

30. He is a *voracious* reader.³⁰

31. We do not need to *spoon feed* our students.³¹

[ideas/pensamientos = personas]

32. Darwin is the *father* of modern biology.³²

33. Medieval ideas are *alive* and *well*.³³

34. Artificial Intelligence is still in its *infancy*.³⁴

35. She *breathed* new life into that idea.³⁵

[ideas/pensamientos = vestimenta/moda]

36. That idea is not *in vogue* any longer.³⁶

37. New York has become a center for *avant garde* thinking.³⁷

38. Revolution is *out of style* these days.³⁸

39. Studying semiotics has become quite *chic*.³⁹

40. That idea is an old *hat*.⁴⁰

[ideas/pensamientos = construcciones]

41. That is a *well-constructed* theory.⁴¹

42. His views are on *solid ground*.⁴²

43. That theory needs *support*.⁴³

44. Their viewpoint *collapsed* under criticism.⁴⁴

45. She put together the *framework* of a theory.⁴⁵

[ideas = plantas]

46. Her ideas have come to *fruition*.⁴⁶

47. That's a *budding* theory.⁴⁷

48. His views have contemporary *offshoots*.⁴⁸

49. That is a *branch* of mathematics.⁴⁹

El conocimiento de los dominios de origen –[comida], [personas], [vestimenta], [construcciones], [plantas]– es relativamente independiente de la cultura. Sin embargo, no todos los dominios de origen

N. de T.: ²⁸Lo que él dijo dejó un *sabor amargo* en mi boca.

²⁹No puedo *digerir* toda esa información.

³⁰Él es un lector *voraz*.

³¹No tenemos que *darle* a los alumnos *todo servido en bandeja*.

N. de T.: ³²Darwin es el *padre* de la biología moderna.

³³Las ideas medievales están *vivas* y *gozan de buena salud*.

³⁴La inteligencia artificial todavía está en su *infancia*.

³⁵Ella *respiró un soplo de vida nueva* con esa idea.

N. de T.: ³⁶Esa idea ya no está *en boga*.

³⁷Nueva York se ha *convertido* en un centro del pensamiento *vanguardista*.

³⁸La revolución está *pasada de moda* hoy en día.

³⁹Estudiar semiótica se ha vuelto bastante *chic*.

⁴⁰Esa idea es un *viejo sombrero* (es *anticuada*).

N. de T.: ⁴¹Esa es una teoría *bien construida*.

⁴²Sus opiniones tienen un *sustrato sólido*.

⁴³Esa teoría necesita *pilares* (que la sostengan).

⁴⁴Sus puntos de vista *colapsaron* bajo la crítica.

⁴⁵Ella armó el *marco* de una teoría.

N. de T.: ⁴⁶Sus ideas han dado *frutos*.

N. de T.: ⁴⁷Esa es una teoría *en capullo*.

⁴⁸Sus consideraciones tienen *retoños* contemporáneos.

⁴⁹Esa es una *rama* de las matemáticas.

concretos son más o menos independientes de la cultura. Hay ciertos dominios de origen que son dependientes de conocimientos culturales específicos tales como, por ejemplo, los dominios de origen para [ideas/pensamientos] basados en la geometría euclidiana y en las mercaderías:

[ideas/pensamientos = figuras geométricas]

50. I don't see the *point* of your idea.⁵⁰

51. Your ideas are *tangential* to what I'm thinking.⁵¹

52. Those ideas are logically *circular*.⁵²

[ideas = mercaderías]

53. He certainly knows how to *package* his ideas.⁵³

54. That idea just won't *sell*.⁵⁴

55. There's no *market* for that idea.⁵⁵

56. That's a *worthless* idea.⁵⁶

Los individuos que viven en culturas sin conocimientos de la geometría euclidiana estarán en apuros para descifrar enunciados como el 50-52; aquellos que viven en culturas no materialistas pasarán un mal momento al intentar comprender el fundamento de los enunciados 53-56. La yuxtaposición constante de tales fórmulas conceptuales en el discurso común produce, por acumulación, una meta-metaforma de [ideas/pensamientos]. Esto es, por supuesto, sólo un modelo parcial del dominio de destino, pero hay muchos más que se le pueden agregar. No únicamente esto, sino otros vínculos y asociaciones de distintos y con frecuencia nuevos dominios de origen pueden ser agregados a esta metaforma

de acuerdo a nuevas experiencias, nuevas situaciones culturales, etc. Los dos puntos a tener en cuenta aquí son: 1) que las nociones sumamente abstractas son forjadas desde las meta-metaformas (modelos culturales) que se mezclan en un sistema de significado abstracto que se mantiene junto a toda la red de significados asociados en la cultura, y 2) dado que este sistema se construye intuitivamente (abductivamente) puede cambiarse en cualquier momento para ajustarse a nuevas necesidades.

Meta-símbolos

En el nivel cultural de terceridad, las metaformas y las meta-metaformas pueden ser vistas como fuentes de símbolos, categorías gramaticales, flujo discursivo, etc. La metaforma [conocimiento = visión a la luz de] cristaliza, por ejemplo, en el arte del claroscuro –la técnica de usar luz y sombra en la pintura inventada por el pintor italiano del barroco Michelangelo Merisi da Caravaggio (1573-1610)–. Asimismo es la fuente conceptual que explica que la *iluminación* es enfatizada por las religiones (Ong, 1977; Wescott, 1978; Hausman, 1989). Las así denominadas experiencias «visionarias» o «reveladoras» son retratadas regularmente en términos de sensaciones luminicas deslumbrantes. La metaforma [justicia = ceguera], para usar otro ejemplo, surge no sólo en conversaciones, sino también en representaciones pictóricas. Esto explica por qué hay estatuas de mujeres con los ojos vendados dentro y fuera de las salas de justicia para simbolizar la justicia. La metaforma [amor = un sabor dulce], para usar otro ejemplo, encuentra expresión no sólo en el discurs-

N. de T.: ⁵⁰No veo cuál es el *punto* de tu idea.

⁵¹Tus ideas son *tangenciales* a lo que estoy pensando.

⁵²Aquellas ideas son lógicamente *circulares*.

N. de T.: ⁵³Seguramente él sabe cómo *empaquetar* sus ideas.

⁵⁴Esa idea no se *venderá*.

⁵⁵No hay *mercado* para esa idea.

⁵⁶Esa idea no tiene *ningún valor*.

so («She's my sweetheart»;⁵⁷ «I love my honey»;⁵⁸ etc.) sino también en los rituales amorosos. Así se explica por qué se regalan golosinas simbólicamente a la persona amada en el día de San Valentín, por qué el amor matrimonial es simbolizado en la ceremonia de bodas comiendo una torta, por qué los amantes endulzan sus bocas con caramelos antes de besarse, etc.

Un *meta-símbolo* es una idea metafórica compleja. Por ejemplo, la metaforma [personalidad humana = características físicas de animales percibidas] es la fuente de actividades meta-simbólicas tales como el uso de animales en códigos totémicos, en tradiciones heráldicas, en la creación de personajes ficticios en los cuentos para niños, en los nombres de los equipos deportivos y en la creación de apodos, para mencionar unos pocos.

La mayoría de las veces los meta-símbolos son vestigios de un pasado histórico de la cultura. Una expresión común como «He has fallen from grace»⁵⁹ hubiera sido reconocida instantáneamente en una era pasada como una expresión referida a la historia de Adán y Eva en la Biblia. Hoy la seguimos usando con sólo una tenue conciencia (si es que siquiera tenemos alguna) de sus orígenes bíblicos. Expresiones que retratan la vida como un viaje: «I'm still a long way from my goal», «There is no end in sight»⁶⁰, etc. están similarmente arraigadas en la narrativa bíblica. Como señaló acertadamente el crítico literario canadiense Northrop Frye (1981), uno no puede introducirse en tales expresiones y es más, en la mayoría de la literatura o el arte occidental, sin haber conocido directa o indirectamente las historias bíblicas originales. Estos son los dominios de origen para muchos de los conceptos abstractos que usamos hoy en día para juzgar y hablar sobre las acciones humanas, otorgando un tipo de significado metafísico implícito y valor a la

vida cotidiana. Todas las historias míticas son, de hecho, meta-símbolos extendidos de la terceridad. Esto permite representar entidades sobrenaturales y míticas en términos de imágenes humanas, con formas corpóreas y emociones humanas.

El uso de los meta-símbolos se hace extensivo al razonamiento científico. A menudo la ciencia menciona cosas que no pueden ser vistas: átomos, ondas, fuerzas gravitatorias, campos magnéticos, etc. De este modo los científicos usan sus conocimientos metafóricos para echar un vistazo, por así decirlo, a estas cuestiones ocultas. Esto explica por qué se dice que las ondas *ondulan* a través del espacio vacío tal como las ondas del agua se *enrulan* en un estanque tranquilo; los átomos *saltan* de un estado cuántico a otro; los electrones *viajan en círculos* alrededor de un núcleo atómico; etc. El poeta y el científico usan del mismo modo el razonamiento metafórico para extrapolar una sospechada conexión interna entre las cosas. Las metáforas son porciones de la verdad, son evidencias de la habilidad humana para ver el mundo como un organismo coherente.

La presencia de meta-símbolos puede ser encontrada, además, en los fenómenos gramaticales. El lingüista Ronald Langacker (1987, 1990) ha formulado una teoría de la gramática sugiriendo que ciertos aspectos de la oración son, de hecho, generados por lo que podría ser designado como un *sistema metaformal reflexivo (metaformal reflex system)* construido desde el pensamiento del dominio de origen. Los sustantivos, por ejemplo, reconstruyen una «región» en el espacio mental –por ejemplo, un sustantivo contable es imaginado como refiriéndose a una región delimitada, mientras que un sustantivo incontable es visualizado como refiriéndose a una región no delimitada–. De esta manera, el sustantivo *agua* obtiene una imagen de un referente no-delimita-

N. de T.: ¹Ella es mi *querida*.

N. de T.: ²Amo a mi *cariño*.

N. de T.: ³Ha caído en *desgracia*.

N. de T.: ⁴Todavía me queda un largo camino por recorrer para alcanzar mi meta. No se vislumbra un final cercano.

do; mientras que un sustantivo como *hoja* evoca una representación de un referente delimitado. Esto supone una *reflexivización gramatical* en las formas y en las funciones de estos sustantivos—las *hojas* pueden contarse, el *agua* no; *hoja* tiene una forma plural (*hojas*), *agua* no la tiene (a menos que el dominio referencial sea metafórico); *hoja* puede estar precedido de un artículo indefinido (una *hoja*); *agua*, no puede; etc. Patrones reflexivos similares pueden ser encontrados en otros sistemas representacionales. En la pintura, por ejemplo, el *agua* es representada tanto como algo no delimitado, como así también como algo delimitado por otras figuras (masas de tierra, el horizonte, etc.); las *hojas*, por otro lado, pueden ser descritas como figuras separadas con límites circunscribibles. Tal como esto lo sugiere, las partes de la oración son productos terminados de factores experienciales y, más significativamente, están interconectados con otras formas representacionales y actividades.

La gramática es en realidad un código meta-simbólico que «resume», por así decirlo, en el nivel de la terceridad nuestra percepción directa de las cosas en el mundo tal como se encuentran relacionadas las unas con las otras. Originada probablemente en la especie humana como un sistema de organización de las experiencias perceptuales codificado por el pensamiento metafórico. Esto explica tal vez por qué podemos entender virtualmente los relatos de la misma manera que entendemos la música o la pintura. Del mismo modo en que una pintura es mucho más que un ensamble de líneas, formas, colores y las melodías son más que una combinación de notas y armonías, una oración en el lenguaje es mucho más que un ensamble de palabras y frases construido desde algún sistema de reglas en el cerebro. Utilizamos los elementos gramaticales que tenemos a nuestra dispo-

sición para modelar el mundo tal como lo hacen los músicos con los elementos melódicos y los pintores, con los visuales.

Comentarios finales

El propósito principal de este artículo ha sido mostrar que la *teoría de la estratificación* puede usarse para proveer un marco sintético para relacionar mutuamente lo que parecieran ser hallazgos dispares y heterogéneos sobre la metáfora. Los símbolos, la gramática, el discurso y diversas formas de representación no verbal son, en conjunto, productos del razonamiento metafórico.

La teoría de la estratificación no es algo nuevo. Ha sido identificada en la literatura pertinente de varias maneras y con distintos pretextos terminológicos. Yo la he presentado aquí como una opción para poder evaluar su uso en otras investigaciones sobre el discurso metafórico. Tal como señaló con agudeza Henry Schogt (1988: 38), todos los lenguajes «tienen unidades significativas que articulan la experiencia humana con elementos diferentes». El dominio de los conceptos concretos comprende los «elementos contradictorios» de todo el pensamiento humano. En este dominio, la formación de conceptos está basada en la «inferencia de modelos» de la percepción sensorial concreta. Así como se argumentó en este artículo, muchos conceptos abstractos comunes están basados en tales dominios de origen concretos; son el resultado de una forma de metaforización de primeridad que produce lo que se ha denominado *metaformas*. Esto constituye a su vez dominios de origen en sí mismos que originan tipos de abstracciones (*meta-metaformas*) cada vez más complejas (segundidad). Las *metaformas* y las *meta-metaformas* aparecen no sólo en el discurso, sino también en la forma de *meta-símbolos* en la mayo-

ría de los sistemas representacionales de la terceridad.

Una de las preguntas fundamentales que esta línea de investigación reclama es: ¿se basan todas las abstracciones y símbolos en el razonamiento metafórico? Tal como ha señalado adecuadamente Levin (1988:10), parece haber muchas clases de conceptos y modos de conocimiento: «conocimiento innato, conocimiento personal, conocimiento tácito, conocimiento espiritual, conocimiento declarativo y procedimental, conocer qué y cómo, certidumbre (además de certeza) y muchas otras variantes». El objetivo más adecuado para la investigación metafórica debería ser, por tanto, determinar en qué medida las metaformas pueblan el universo de la abstracción y qué otros tipos de abstracciones, si las hubiera, son posibles. Hablando filogenéticamente, la universalidad de las metaformas, de las meta-metaformas y de los meta-símbolos da por sentado la cuestión de la relación de la metáfora con la emergencia del pensamiento conceptual abstracto en las especies humanas. En términos evolutivos, la cristalización de tales conceptos en el pensamiento humano sugiere que la percepción sensorial fue originalmente la raíz de muchas de nuestras nociones abstractas y sólo más tarde dicha percepción se transformó, mediante la estratificación, en un complejo sistema de abstracción que respalda enteramente el sistema de decisiones culturales. ■

Referencias bibliográficas

- ALLWOOD, J. y Gårdenfors, P. (eds.): (1998) *Cognitive Semantics: Meaning and Cognition*, Amsterdam, John Benjamins.
- ARISTOTLE, «Poetics», en ROSS, W. D. (ed.): *The Works of Aristotle*, vol. 11, Oxford, Clarendon Press, 1952.
- ARNHEIM, Rudolph: (1969) *Visual Thinking*, Berkeley, University of California Press.
- ASCH, S.: (1950) «On the Use of Metaphor in the Description of Persons», en WERNER, H., (ed.): *On Expressive Language*, Worcester, Clark University Press, pp. 86-94.
- ASCH, S.: (1958) «The Metaphor: A Psychological Inquiry», en TAGILURI, R. y PETRULLO, L. (eds.): *Person Perception and Interpersonal Behavior*, Stanford, Stanford University Press, pp. 28-42.
- BLACK, M.: (1962) *Models and Metaphors*, Ithaca, Cornell University Press.
- BROWN, R. W.; LEITER, R. A. y HILDUM, D. C.: (1957) «Metaphors from Music Criticism», en *Journal of Abnormal and Social Psychology*, N° 54, pp. 347-352.
- BÜHLER, K.: (1908 [1951]) «On Thought Connection», en RAPAPORT, D. (ed.): *Organization and Pathology of Thought*, New York, Columbia University Press, pp. 81-92.
- CROFT, W.: (1991) *Syntactic Categories and Grammatical Relations*, Chicago, University of Chicago Press.
- DANESI, M.: (1993) *Vico, Metaphor, and the Origin of Language*, Bloomington, Indiana University Press.
- DANESI, M.: (1995) *Giambattista Vico and the Cognitive Science Enterprise*, New York, Peter Lang.
- DANESI, M.: (1998) «The 'Dimensionality Principle' and Semiotic Analysis», en *Sign Systems Studies*, N° 26, pp. 42-60.
- DANESI, M.: (2003) *Poetic Logic: The Role of metaphor in Thought, Language, and Culture*. Madison, WI, Atwood Publishing.
- DEANE, P.: (1992) *Grammar in Mind and Brain: Explorations in Cognitive Syntax*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- DIRVEN, R. y VERSPOOR, M.: (1998) *Cognitive Exploration of Language and Linguistics*, Amsterdam, John Benjamins.
- DUNDES, A.: (1972) «Seeing is Believing», en *Natural History*, N° 81, pp. 9-12.
- FAUCONNIER, G.: (1985) *Mental Spaces*, Cambridge, Cambridge University Press.
- FAUCONNIER, G.: (1997) *Mappings in Thought and*

- Language, Cambridge, Cambridge University Press.
- FAUCONNIER, G. y Sweetser, E. (eds.): (1996) *Spaces, Worlds, and Grammar*, Chicago, University of Chicago Press.
- FRYE, N.: (1981) *The Great Code: The Bible and Literature*, Toronto, Academic Press.
- GIBBS, R. W.: (1994) *The Poetics of Mind: Figurative Thought, Language, and Understanding*, Cambridge, Cambridge University Press.
- GOATLEY, A.: (1997) *The Language of Metaphors*, London, Routledge.
- HARRÉ, R.: *Great Scientific Experiments*, Oxford, Phaidon Press.
- HAUSMAN, C. R.: (1981) *Metaphor and Art*, Cambridge, Cambridge University Press.
- HONECK, R. P. y Hoffman, R. (eds.): (1980) *Cognition and Figurative Language*, Hillsdale, NJ., Lawrence Erlbaum.
- HUMBOLDT, W. von: (1988 [1836]) *On Language: The Diversity of Human Language-Structure and Its Influence on the Mental Development of Mankind*, P. Heath (trad.), Cambridge, Cambridge University Press.
- INDURKHA, B.: (1992) *Metaphor and Cognition*, Dordrecht, Kluwer.
- JOHNSON, M.: (1987) *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason*, Chicago, University of Chicago Press.
- JONES, R.: (1982) *Physics as Metaphor*, New York, New American Library.
- KÖVECSES, Z.: (1986) *Metaphors of Anger, Pride, and Love: A Lexical Approach to the Structure of Concepts*, Amsterdam, Benjamins.
- KÖVECSES, Z.: (1988) *The Language of Love: The Semantics of Passion in Conversational English*, London, Associated University Presses.
- KÖVECSES, Z.: (1990) *Emotion Concepts*, New York, Springer.
- LAKOFF, G.: (1987) *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*, Chicago, University of Chicago Press.
- LAKOFF, G. y Johnson, M.: (1980) *Metaphors We Live By*, Chicago, Chicago University Press.
- LAKOFF, G. y Johnson, M.: (1999) *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*, New York, Basic.
- LAKOFF, G. y Turner, M.: (1989) *More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*, Chicago, University of Chicago Press.
- LANGACKER, R. W.: (1987) *Foundations of Cognitive Grammar*, Stanford, Stanford University Press.
- LANGACKER, R. W.: (1990) *Concept, Image, and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- LEECH, Geoffrey: (1981) *Semantics: The Study of Meaning*, Harmondsworth, Penguin.
- LEVIN, S.: (1977) *The Semantics of Metaphor*, Baltimore, Johns Hopkins Press.
- LEVIN, S.: (1988) *Metaphoric Worlds*, New Haven, Yale University Press.
- LUCY, John A.: (1992) *Language Diversity and Thought: A Reformulation of the Linguistic Relativity Hypothesis*, Cambridge, Cambridge University Press.
- MITCHELL, M.: (1993) *Analogy-Making as Perception: A Computer Model*, Cambridge, Mass., MIT Press.
- ONG, W. J.: (1977) *Interfaces of the Word: Studies in the Evolution of Consciousness and Culture*, Ithaca, Cornell University Press.
- ORTONY, A. (ed.): (1979) *Metaphor and Thought*, Cambridge, Cambridge University Press.
- OSGOOD, C. E. y Suci, G. E.: (1953) «Factor Analysis of Meaning», en *Journal of Experimental Psychology*, N° 49, pp. 325-328.
- PEIRCE, C. S.: (1931) *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Vols. 1-8, C. Hartshorne y P. Weiss (eds.), Cambridge, Mass., Harvard University Press, p.58.
- POLLIO, H.; Barlow, J.; Fine, H., y Pollio, M.: (1977) *The Poetics of Growth: Figurative Language in Psychology, Psychotherapy, and Education*, Hillsdale, N. J., Lawrence Erlbaum Associates.
- RICHARDS, I. A.: (1936) *The Philosophy of Rhetoric*, Oxford, Oxford University Press.
- ROSCH, E.: (1973a) «On the Internal Structure of Perceptual and Semantic Categories», en *Cognitive Development and Acquisition of Language*, T. E. Moore (ed.), New York, Academic.
- ROSCH, E.: (1973b) «Natural Categories», en *Cognitive Psychology*, N° 4, pp. 328-350.
- SAPIR, E.: (1921) *Language*, New York, Harcourt, Brace, and World.
- SAUSSURE, F. De: (1916) *Cours de linguistique générale*, Paris, Payot.
- SCHOGT, H.: (1988) *Linguistics, Literary Analysis, and Literary Translation*, Toronto, University of Toronto Press.
- SEBEOK, T. A. y Danesi, M.: (2000) *The Forms of Meaning: Modeling Systems Theory and Semiotics*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- SKOUSEN, R.: (1989) *Analogical Modeling of Language*, Dordrecht, Kluwer.
- STAEHLIN, W. (1914) : «Zür Psychologie und Statistike der Metaphern», en *Archiv für Gesamte Psychologie*, N° 31, pp. 299-425.
- SWEETSER, E.: (1990) *From Etymology to Pragmatics: The Mind-as-Body Metaphor in Semantic Structure and Semantic Change*,

- Cambridge, Cambridge University Press.
- TAYLOR, J. R.: (1995) *Linguistic Categorization: Prototypes in Linguistic Theory*, Oxford, Oxford University Press.
 - VYGOTSKY, L. S.: (1931) *Storia dello sviluppo delle funzioni psichiche superiori*, Firenze, Giunti-Barbèra.
 - VYGOTSKY, L. S.: (1962) *Thought and Language*, Cambridge, Mass., MIT Press.
 - VYGOTSKY, L. S.: (1978) *Mind in Society*, Cambridge, Mass., Cambridge University Press.
 - WAY, E. C.: (1991) *Knowledge Representation and Metaphor*, Dordrecht, Kluwer.
 - WESCOTT, R. W.: (1978) «Visualizing Vision», en *Visual Learning, Thinking, and Communication*, B. Randhawa and W. Coffman (eds.), New York, Academic Press, pp. 21-37.
 - WHORF, B. L.: (1956) *Language, Thought, and Reality*, J. B. Carroll (ed.), Cambridge, Mass., MIT Press.