



La mediatización del proceso independentista de Cataluña: el rol de la metáfora en tratamiento informativo de *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia*

The mediatization of the independence process of Catalonia: the role of metaphor in the news coverage of El Mundo, El País and La Vanguardia

Carlota M. Moragas-Fernández 
carlotamaria.moragas@urv.cat

Arantxa Capdevila Gómez 
arantxa.capdevila@urv.cat
Universitat Rovira i Virgili

Recibido: 11/12/2016

Aceptado: 01/02/2017

RESUMEN

Los medios de comunicación juegan un papel determinante en la construcción de la opinión pública, puesto que conforman “the main source and focus of a society’s shared experience” (McNair, 2007:18). A través de ellos se canalizan las posiciones de los diferentes actores implicados en la definición de un tema conflictivo, donde la metáfora tiene un rol destacado por su habilidad para “simplify and make understandable political events” (Mio, 1997:121). La presente investigación analiza el tratamiento mediático de un proceso político conflictivo, como es el proceso de independencia de Cataluña, mediante el uso de la metáfora. La muestra está formada por la cobertura en forma de artículos de información y de opinión que tres periódicos con líneas editoriales diferentes (La Vanguardia, El País y El Mundo) hicieron del proceso independentista catalán entre los días 11 y 14 de septiembre de 2015, coincidiendo con el inicio de la campaña para las elecciones al Parlament de Catalunya del 27 de septiembre. Para determinar cuál fue el posicionamiento de cada periódico sobre el conflicto y, en consecuencia, qué visión se dio sobre el tema tratado, se han identificado las expresiones metafóricas que hacían referencia a los siguientes target domain: Independencia/Proceso independentista (1), Relación Cataluña/España (2) y Elecciones 27-S (3). Los resultados muestran que, entre las metáforas que aparecen con más frecuencia, se encuentran aquellas que se refieren a los dominios conflicto/guerra, viaje/camino/movimiento y familia/amor/amistad, bajo los cuales se tiende a conceptualizar la campaña electoral, el proceso independentista y la relación Cataluña/España respectivamente.

PALABRAS CLAVE

Metáfora, discurso mediático, independencia, Cataluña, prensa

ABSTRACT

Media play a determinant role in the construction of public opinion, as they conform “the main source and focus of a society’s shared experience” (McNair, 2007:18). They articulate the positions of the different actors involved in the definition of a conflictive issue, where metaphor plays a relevant role because of its ability to “simplify and make understandable political events” (Mio, 1997:121). The present research analyzes the media treatment of a conflictive political process through the use of metaphor and focuses on the independence process in Catalonia as a case study. The sample is made up by the media coverage (information and opinion articles) of three newspapers with different editorial policies (La Vanguardia, El País and El Mundo) between the 11th and the 14th of September 2015. These dates coincide with the beginning of the electoral campaign for the Catalan parliamentary election, which was to be held on 27 September 2015. In order to determinate which position did every newspaper take on the conflict and, therefore, which were their points of view on the issue that was being treated, we identified the metaphorical expressions that referred to the following target domains: Independence/Independence process (1), Catalonia/Spain relationship (2) and 27-S Election (3). Results show that, within the metaphors that appear most frequently, we can find those related to conflict/war, journey/way/movement and family/love/friendship source domains, which respectively conceptualize the electoral campaign, the independence process and the Catalonia/Spain relationship.

KEY WORDS

Metaphor, media discourse, independence, Catalonia, press

1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación emergen en la esfera pública debido a “la necesidad de articular algún mecanismo de mediación entre el público y sus representantes” (López García, 2006:234). El público, en su rol de ciudadano, debe tener acceso “*to what can be metaphorically called societal dialogues, which deal with questions of common concern: in other words, with politics in the broadest sense*” (Dahlgren, 1995:9), puesto que “depositario de las estructuras y de los procesos de democracia, es decir, del control de la gestión del poder, de la representación de la voluntad popular, de la discusión y la opinión pública y de la publicidad” (Mazzoleni, 2010:22). En este sentido, Habermas (1991) otorga a los medios un papel central en la esfera pública, ya que les convierte en la plataforma a través de la cual el público accederá a la información, es decir, en la base en la que el ciudadano fundamentará sus decisiones políticas. En consecuencia, el público necesita tener “*equal access to communication that is both independent of government constraint, and through its deliberative, consensus-building capacity, constrains the agendas and decisions of government in turn*” (Bennett y Entman, 2001:3). Brian McNair (2007:18-19) describe los medios de comunicación como “*the main source and focus of a society’s shared experience*” y propone cinco funciones que éstos deberían ejercer en una sociedad democrática ideal:

- First, they must inform citizens of what is happening around them. [...]
- Second, they must educate as to the meaning and significance of the ‘facts’ [...]
- Third, the media must provide a platform for public political discourse, facilitating the formation of ‘public opinion’, and feeding that opinion back to the public from whence it came. This must include the provision of space for the expression of dissent, without which the notion of democratic consensus would be meaningless.
- The media’s fourth function is to give publicity to governmental and political institutions [...] to the extent that ‘the acts of whoever holds supreme power are made available for public scrutiny, meaning how far they are visible, ascertainable, accessible, and hence accountable’ (Bobbio, 1987, p. 83). [...]
- Finally, the media in democratic societies serve as a channel for the advocacy of political viewpoints. Parties require an outlet for the articulation of their policies and programmes to a mass audience, and thus the media must be open to them. [...]

La importancia de los medios en la esfera pública y su creciente intervención en la construcción social de la realidad conducen a lo que David Altheide y Robert Snow (1979) denominan *media logic*, un nuevo contexto que establece que “*the changing structural relations between media and politics have developed to a point where political institutions, leaders, and practices are now increasingly dependent upon media and conform to the logics of media production, distribution, and reception*” (Flew and Swift, 2015:111). Altheide mantiene que el orden social puede ser comprendido como un orden comunicado, puesto que “*the rules and logics of the underlying formats of*

communication have reshaped many activities, and have initiated numerous others, politics being one of them" (2013:223).

En este contexto, el rol de los medios de comunicación en la construcción de la opinión pública cobra relevancia, ya que se entienden como actores capaces de afectar en el proceso de toma de decisiones en el sistema político (Borrat, 1989). Manuel Castells (2007) les confiere la habilidad de dar forma y de decidir las relaciones de poder, mientras que M. José Canel (2006) habla de ellos como agentes de poder con un estatus comparable al de las instituciones políticas. Por este motivo, los medios, a los que se supone meros transmisores de la información política, no siempre comparten con los ciudadanos los hechos, sino *"the product of several mediating processes which are more or less invisible"* (McNair, 2007:23).

Como intérpretes de la realidad, los medios construyen un discurso alrededor de los temas de interés y contribuyen a la definición de dichos temas. Es por ello que "el análisis del discurso periodístico y de los lenguajes políticos que en él se articulan permite rastrear en los textos importantes indicios de las decisiones tomadas por el periódico en cuanto a excluir, incluir y jerarquizar a los actores y las fuentes de la información política" (Borrat, 1989:74). Si el discurso político puede ser entendido como una acción política (Canel, 2006), es lícito pensar que "la comunicación del conflicto constituye el conflicto en sí mismo" (Castelló, 2012:17). De esta manera, el modo en que se comunica un tema conflictivo puede tener importantes efectos en el desarrollo del conflicto y, por ello, resulta relevante fijarse en el posicionamiento que adoptan los medios de comunicación.

Teun Van Dijk sostiene que debemos prestar atención al lenguaje que sirve como base de este discurso porque *"lexical items not only may be selected because of official criteria of decorum, but also because they effectively emphasize or de-emphasize political attitudes and opinions, garner support, manipulate public opinion, manufacture political consent, or legitimate political power"* (1997:25). En este sentido, Hans Bickes *et al.* señalan el análisis metafórico como una *"helpful tool to identify discourse positions"* (2014:428) y por este motivo consideramos interesante centrar nuestra atención en la mediatización del proceso independentista en Cataluña a través de esta figura retórica.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EL ROL DE LA METÁFORA EN LA DEFINICIÓN DE TEMAS POLÍTICOS CONFLICTIVOS

Charteris-Black (2011) se refiere a la metáfora como un recurso que tiene la habilidad de promover marcos cognitivos que definan una cierta visión sobre los conflictos sociales y George Lakoff (2008), uno de los impulsores de la *Conceptual Metaphor Theory*, subraya el potencial de la metáfora en la definición de las opiniones políticas de los ciudadanos. La intencionalidad en el uso de la metáfora en el discurso político refuerza el componente persuasivo de la metáfora, que es el que la Retórica le había asignado tradicionalmente. Debido a esta razón, no puede entenderse el componente cognitivo de la metáfora, que estructura el conocimiento de los individuos y que permite definir nuevas realidades, sin la dimensión persuasiva de la misma, que se encuentra en el

hecho de escoger un dominio fuente o *source domain* para representar un dominio objetivo o *target domain*.

La relación entre ambos dominios conceptuales se fundamenta en la analogía, un recurso que resulta útil cuando se trata de simplificar realidades complejas como es el caso de los conflictos políticos. Como afirman Jeffrey Scott Mio y Albert Katz: *"political events are inherently complex, given the many competing voices that want to be heard on the issues"* (1996:130). Estos temas han de ser, pues, presentados de la manera más clara posible a una audiencia que se considera que es incapaz de entender los eventos políticos en toda su complejidad (Gambra, 1990).

Hay, por lo tanto, una necesidad de mostrar a la opinión pública como debería percibir las decisiones políticas. En este sentido, Elena Semino confiere a la metáfora la capacidad de influenciar las opiniones políticas de los ciudadanos cuando menciona que *"constructing something in terms of something else results in a particular view of the 'something' in question, often including specific attitudes and evaluations"* (2008:32). Es por ello que los distintos actores que participan en la definición de la realidad en la esfera pública utilizan las metáforas, puesto que *"they can act both as filters that screen out much of the available information, leaving only the core ideas [...] and to collapse disparate information into smaller, more manageable packets"* (Mio y Katz, 1996:130).

El propio funcionamiento de la metáfora, que consiste en unir dos universos semánticos distintos y resaltar sus propiedades en común (Eco 1989), incide en la percepción del hecho conceptualizado, puesto que asistimos a una asociación de conceptos que, como se ha indicado, no es gratuita. Su estructura, pues, determina su función. Así, la metáfora se compone de un *"source domain"* y un *"target domain"*, también conocidos como *"vehicle"* y *"tenor"* (Richards 1976; Cameron 1999) o *"focus"* y *"frame"* (Black 1967), donde el primero funciona como *"the conceptual domain from which we draw metaphorical expressions to understand another conceptual domain"* (Kövecses 2010:4) y el segundo como *"the domain that we try to understand through the use of the source domain"* (Kövecses 2010:4). Con frecuencia, la asociación entre los dos dominios conceptuales se produce con base en *"the adoption of a familiar source or experience to serve as a base analog that is then mapped onto an unfamiliar target analog"* (Bougher 2012:146). Las correspondencias entre el conocimiento que se deriva de la asociación de un *source domain* concreto con un *target domain* dan lugar a distintos mapas conceptuales que nos permiten interpretar que, si el amor es un viaje, los viajeros serán los amantes; el vehículo, su relación amorosa; y los obstáculos en el camino, las dificultades que se encuentran en una relación de pareja (Kövecses, 2005:6). Para Lakoff: *"each mapping defines an open-ended class of potential correspondences across inference patterns. When activated, a mapping may apply to a novel source domain knowledge structure and characterize a corresponding target domain knowledge structure"* (1993:210). Así, cuando conceptualizamos el amor como un viaje y el vehículo como la relación amorosa, podemos usar nuestro conocimiento sobre el vehículo para comprender las relaciones amorosas (Kövecses 2005).

En función de qué inferencias generemos, delinearemos diferentes alternativas a nuestra historia de amor. Estas alternativas o *"extensions of general mappings that*

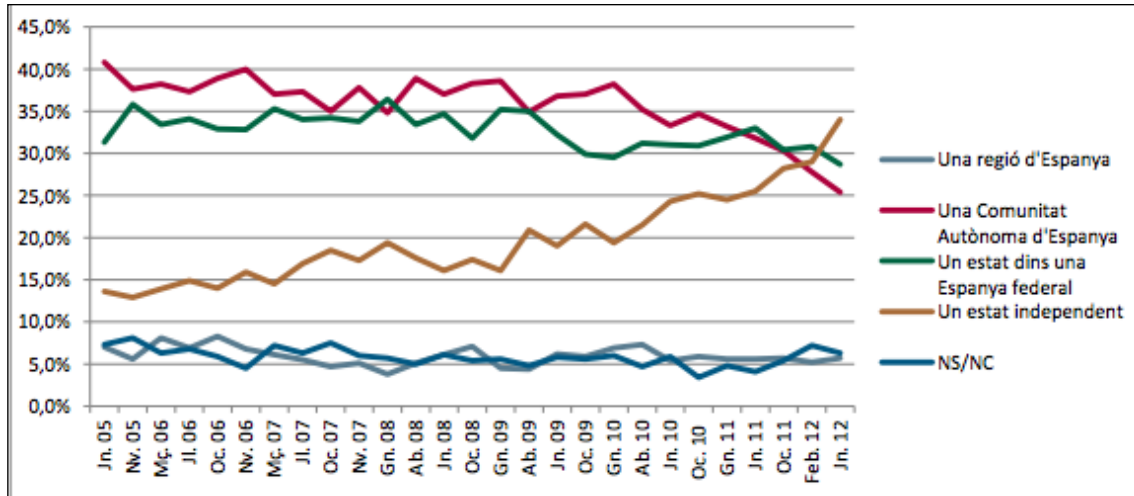
underlie a whole domain" se conocen como "scenarios" (Musolff 2006:25). Los *scenarios* "provide, as it were, the main story-lines or perspectives along which the central mappings are developed and extended" (Musolff 2004:18). De este modo, las metáforas tienen la capacidad de crear un relato acerca de un determinado evento político puesto que, tal como afirma Dag Stenvoll "they [...] 'set the scene': what is an issue, what is the issue about and what is it not about, how does it link to other issues, and why must we or must we not therefore take this or that political action" (2008:2). De forma similar, Mio y Katz (1996), citando a Stone (1988), afirman que los problemas políticos están conectados a una narrativa desde el momento en que implican los elementos clave de un relato (héroes, villanos, ayudantes...) y es precisamente en el desarrollo de esta narrativa donde radica fuerza comunicativa de la metáfora. Así, es importante comprender el contexto al que remite el hecho metaforizado si se desea comprender el porqué de su uso. En conclusión, no podemos entender cómo y por qué los medios se sirven de la metáfora para conceptualizar el proceso independentista sin antes conocer cómo este se ha desarrollado, qué actores han intervenido y qué hechos han motivado su aparición.

2.2. BREVE NOTA CONTEXTUAL SOBRE EL PROCESO INDEPENDENTISTA DE CATALUÑA

Iván Serrano (2013) sitúa en la controversia generada durante la aprobación del Estatuto de 2006 el punto de inflexión que determina el auge del movimiento soberanista en Cataluña, aunque hay otros factores contextuales relacionados con el incremento del apoyo a la independencia en los últimos años (Figura 1). El primero puede considerarse la victoria del Partido Popular en las elecciones generales de 2011, que endureció el discurso respecto la cultura y la lengua catalanas e hizo más difícil pensar en una eventual reforma constitucional que pudiera solucionar el encaje de Cataluña en el Estado. La exacerbación de la crisis económica iniciada en el 2008, que subrayó el déficit fiscal de la administración central con la Comunidad Autónoma (Guibernau 2014), también es uno de los elementos que han impulsado el independentismo.

A partir de entonces, tal como recogen Roberto Liñeira y Daniel Cetrà "any reform to enhance self-government and the recognition of Catalonia's national distinctiveness looked less likely [...], damaging the political opportunities of those groups in favour of a federal reform of the constitutional framework [...]" (2015:263). En este sentido, Anthony Dowling remarca los "demographic changes, comparative economic decline and an inchoate sense of dissatisfaction" como contribuidores a "the plethora of organizations of civic society that have emerged in Catalonia" (2009:194). Estas organizaciones civiles fueron las encargadas de organizar, entre 2006 y 2012, distintas manifestaciones donde se proclamaba que Cataluña era una nación con su propio derecho a decidir y de organizar consultas no vinculantes en más de 500 municipios donde más de 800,000 participantes votaban sobre la independencia (Serrano 2013).

Figura 1. Evolución de las preferencias constitucionales de Cataluña de acuerdo con los encuestados, 2005-2012



Fuente: Barómetro de Opinión Pública (Centre d'Estudis d'Opinió)

Sin embargo, se considera que el punto definitivo en las ambiciones soberanistas de Cataluña es la manifestación del 11 de septiembre de 2012 (Guibernau 2013) organizada por la Asamblea Nacional Catalana (ANC), momento en el que cerca de 1,5 millones de personas¹ llenaron las calles de Barcelona bajo el lema "Cataluña, nuevo Estado en Europa". La respuesta política a la situación fue un último intento de negociación de una mejora en la fiscalidad de Cataluña, que resultó en una negativa por parte del Gobierno español. Esta respuesta desencadenó una serie de eventos que llevaron al intento de celebración de una consulta sobre el futuro político de Cataluña el 9 de noviembre de 2014. Pese a que el Tribunal Constitucional suspendió la ley por la cual se regulaba la celebración de consultas refrendarias en Cataluña, la Generalitat decidió seguir adelante con la consulta del 9N y apoyó de forma logística a los 20.000 voluntarios que terminaron haciéndose cargo de la organización del proceso participativo. El resultado, con una participación estimada en el 36 por ciento del censo, fue de 80,76 por ciento de votos favorables a la independencia, 4,54 por ciento en contra y 10,7 por ciento a favor de la opción federal.²

En septiembre de 2015 se celebraban de nuevo unas elecciones anticipadas, esta vez con un claro carácter plebiscitario por parte de los independentistas. La coalición Junts pel Sí –que integraba Convergència Democràtica de Catalunya (CDC), Esquerra Republicana de Catalunya (ERC) e independientes provenientes del mundo asociativo– obtuvo 62 diputados y se quedó a seis escaños de la mayoría absoluta, cosa que le obligó a negociar la investidura con los independentistas de extrema izquierda de la Candidatura d'Unitat Popular (CUP). Ante la negativa de investir a Artur Mas, Carles Puigdemont –diputado en el parlamento y expresidente de la Associació de Municipis per la Independència (AMI)– fue escogido nuevo presidente de la Generalitat con los 72 votos de Junts pel Sí y la CUP.

1) Según el Departamento de Interior de la Generalitat de Catalunya y la Guàrdia Urbana de Barcelona: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/09/11/catalunya/1347375808_419590.html [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

2) <http://www.participa2014.cat/resultats/dades/en/escr-tot.html> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

La negativa, en un primer momento, de los partidos contrarios al independentismo del reconocimiento de la existencia de un debate en torno a la autodeterminación de Cataluña y el desacuerdo, luego, en el derecho de los ciudadanos a votar sobre el futuro político del principado, convierten los medios de comunicación en el altavoz donde se libra la batalla para imponer la propia visión. Dado que el auge del independentismo es un tema conflictivo –donde el campo de la argumentación permanece muy abierto y enfrenta posiciones polarizadas– es pertinente analizar qué información vehiculan los principales medios de comunicación en prensa escrita y desde qué perspectiva lo hacen. Como hemos visto en el epígrafe anterior, uno de los recursos lingüísticos capaces de enmarcar la actualidad política e incidir en la evaluación de los hechos es la metáfora y es por este motivo que la escogemos como una categoría que nos ha de permitir identificar el posicionamiento de los medios en torno al proceso independentista.

3. METODOLOGÍA

Con el objetivo de determinar, pues, qué metáforas se usaron en el tratamiento mediático del proceso independentista catalán, se ha analizado una muestra formada por la totalidad de la cobertura informativa y opinativa que los periódicos *La Vanguardia*, *El País* y *El Mundo* en su edición impresa de ámbito nacional hicieron alrededor del proceso independentista catalán durante los días 11, 12, 13 y 14 de septiembre de 2015. Se han escogido estas fechas por dos motivos principales: el primero, porque coincidían con la celebración de la *Diada* Nacional de Cataluña y con la cuarta manifestación masiva organizada por la *Assemblea Nacional Catalana*, y, el segundo, porque el mismo día 11 de septiembre se iniciaba la campaña para las elecciones al parlamento de Cataluña del 27 de septiembre de 2015. Por otro lado, la decisión de centrarnos en los periódicos mencionados más arriba fue tomada con el fin de considerar distintas líneas editoriales que nos permitieran configurar un corpus sobre el tratamiento mediático del proceso independentista. Así, el corpus analizado está compuesto por un total de 168 piezas informativas u opinativas (editoriales, columnas, artículos de opinión), en las cuales se han detectado un total de 516 metáforas, partiendo de tres *target domains* preestablecidos: Independencia/Proceso independentista [1]; Relación Cataluña/España [2] y Elecciones 27-S [3] (Tabla 1).

Tabla 1. Selección de la muestra

Periódico	Piezas info./op.	Metáforas
La Vanguardia	52	185
El País	69	202
El Mundo	47	129
TOTAL	168	516

Fuente: Elaboración propia

La metodología utilizada para la aproximación al uso de la metáfora en los medios de comunicación ha sido el *Critical Metaphor Analysis* (Charteris-Black 2011), una adaptación del Análisis Crítico del Discurso que nos ha permitido analizar las metáforas utilizadas por la prensa a través de tres etapas clave: la identificación (1), la interpretación (2) y la explicación (3). En lo que a la primera fase se refiere, se ha considerado que

una expresión era metafórica cuando rompía con la isotopía del texto (Greimas 1987). Entendemos por isotopía “*the direction that a text exhibits when submitted to rules of interpretative coherence*” (Eco 1980:153). Es en el momento en que la coherencia en la interpretación se rompe, pues, cuando identificamos la metáfora, y esto es lo que nos permite poner en marcha la fase de la interpretación. Y es que, en palabras de Michel Le Guern (1990:19), “la interpretación de la metáfora es posible gracias únicamente a la exclusión del sentido propio, cuya incompatibilidad con el contexto orienta al lector o al oyente hacia el proceso particular de la abstracción metafórica”.

En la fase de la identificación, pues, se han detectado todas las expresiones metafóricas que conceptualizaban la independencia o el proceso independentista, la relación Cataluña/España y las elecciones del 27-S y se han clasificado de acuerdo con los parámetros establecidos en la Tabla 2.

Estos tienen en cuenta el fragmento de texto que contiene la metáfora, la expresión metafórica, el *source domain* donde esta se inscribe, el *target domain* al que hace referencia, el género al que pertenece el texto (información/opinión), el periódico analizado, el día en que se publica la información, el nombre del emisor –en el caso que sea una fuente citada quien realice la metáfora o en la firma de las piezas de opinión– y un espacio para posibles comentarios sobre la información recabada.

Tabla 2. Identificación de las metáforas en el discurso mediático

Fragmento	Metáfora	Source	Target	Gen.	P.	Periód.	Día	Emisor	Com.
Pedro Sánchez, [...] ha convertido la batalla catalana en lo más parecido a un ensayo general de su cara a cara con Rajoy	La batalla catalana	conflicto/ guerra	Elecciones 27-S	i	15	LVG	11/ 09/ 15		

Fuente: Elaboración propia

Una vez obtenidos todos los datos, se ha procedido a agrupar aquellos *source domain* que aparecían con más frecuencia con los distintos *target domain* analizados y los lexemas que indicaban el uso de la metáfora bajo un dominio de conocimiento concreto, tal como puede apreciarse en el ejemplo desarrollado en la Tabla 3.

Tabla 3. Metáforas clasificadas por source domain

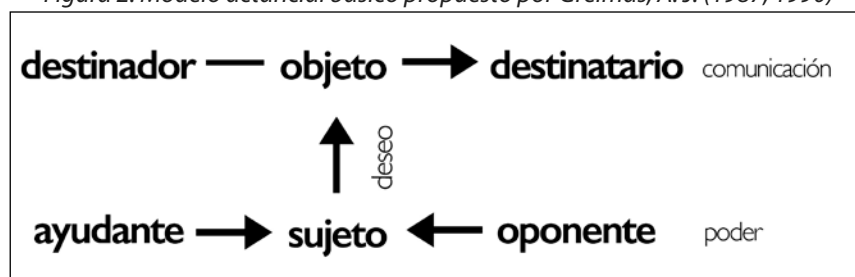
Periódico: La Vanguardia		
Source domain	Target domain	Lexemas
conflicto/ guerra	Independencia Proceso independentista	Batalla, claudicaciones, revolución, carga explosiva, desafío, revuelta, negociación/claudicación, lucha
	Relación Cataluña/España	Estallar, guerreros, desafío, parapetado, enemigo, choque, pulso, refugiarse/protegerse/maltrata/ofende, víctimas/verdugo, bombardean, irredentismo
	Elecciones 27S	Tregua, asalto, combate, demostración de fuerza, desembarco, contiendas, filas, planta cara, afilando, tridente, batir/dardos, abatir, bastión, ataque, en liza, batalla/ blandiendo, victoria/derrota, batalla, debacle, batalla/libra, cargar, frente, cargan toda la batería, choque, pelea de capitanes, confrontación, cargar, batalla, se disputan, disputa, asalto, batalla/dardos, despegue/batalla/librarse

Fuente: Elaboración propia

En la segunda fase, la interpretación, deben trazarse las correspondencias entre el *source domain* y el *target domain* que dan lugar a una metáfora. Como puede intuirse, se trata de un proceso que es difícil de sistematizar. Desde la perspectiva de los estudios de comunicación, resulta complicado confiar sólo en la semántica cognitiva para desarrollar los mapas conceptuales que guían la interpretación del investigador. De este modo, la presente investigación propone complementar los resultados que nos proporcionan dichos mapas conceptuales con la semiótica narrativa y el modelo actancial (Figura 2) propuesto por Algirdas Julius Greimas (1987, 1990), entendiendo que se trata de una metodología apropiada para construir la narrativa inherente al uso de ciertas metáforas por parte de los medios de comunicación para enmarcar el proceso independentista en Cataluña.

La fase de la interpretación está relacionada con la articulación de los diferentes *scenarios* que se construyen alrededor del uso de una metáfora e implica la identificación de una determinada narración sobre un hecho político, así como de los actores que intervienen en su desarrollo. En este sentido, el modelo actancial, que se articula a través de tres principales parejas de actantes –destinador/destinatario, sujeto/objeto, ayudante/oponente– nos permite identificar de manera simplificada los diferentes roles y acciones que los personajes acometen en una narración (aunque no tienen por qué darse todos). Así, la acción se centra en un objeto de deseo perseguido por un sujeto que tiene como objetivo llevar a cabo la misión encargada por el destinador. El destinatario será el encargado de juzgar si la misión se ha llevado a cabo con éxito; para lograrlo, el sujeto puede contar con la figura del ayudante, que facilita su tarea, pero también se enfrenta al oponente, que la dificulta.

Figura 2. Modelo actancial básico propuesto por Greimas, A. J. (1987, 1990)



Fuente: Elaboración propia siguiendo Courtés (1976)

Las dos primeras partes del *Critical Metaphor Analysis* deben complementarse con la tercera fase: la explicación. Es aquí donde interviene el contexto como un elemento especialmente importante en el análisis de las metáforas que se generan en lo que el Pragglejazz Group define como “metaphor in the wild” (2007:1), es decir, el uso metafórico en textos reales y no en los constructos verbales artificiales que analizaba la lingüística cognitiva. De este modo, resulta imposible realizar un análisis detallado de las metáforas utilizadas por los medios de comunicación sin atender a los aspectos pragmáticos de los discursos mediáticos que integran nuestro objeto de estudio.

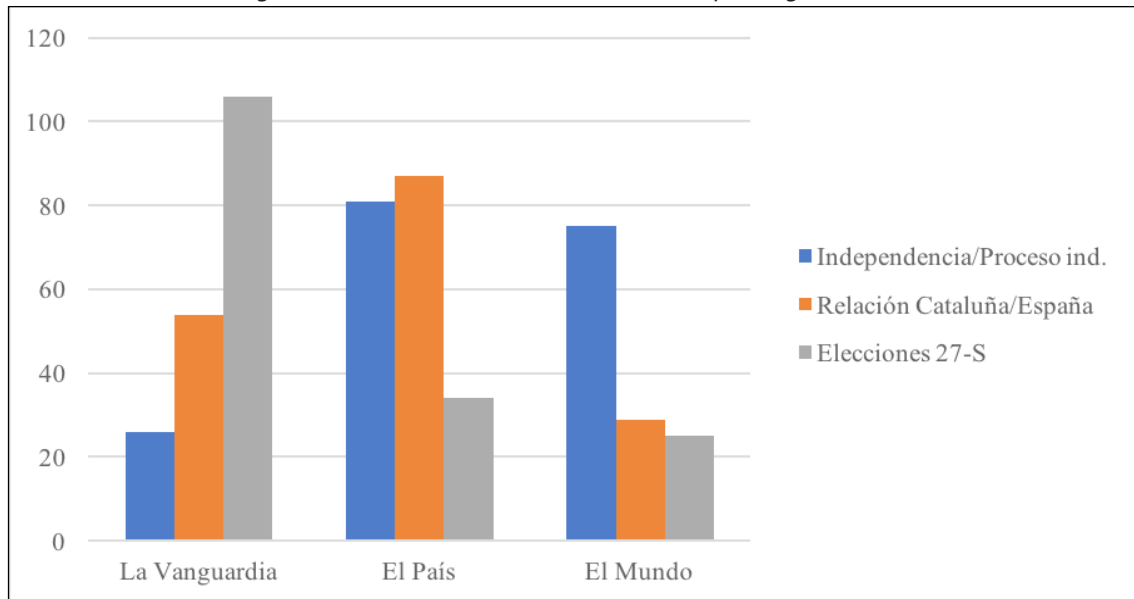
En la siguiente sección se detallan cuáles han sido los dominios conceptuales más utilizados para hablar sobre el proceso independentista y cuál ha sido el foco de atención de los medios de comunicación analizados (el propio proceso, la relación entre Cataluña y España o la campaña electoral del 27-S). Asimismo, se subraya el principal escenario delineado por cada periódico, vinculado a un *source domain* concreto, de acuerdo a criterios numéricos de representatividad del *source domain* en cuestión.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Lo primero que nos llama la atención cuando procedemos a interpretar los datos obtenidos es que la cobertura de los hechos relacionados con el proceso independentista catalán durante los días 11, 12, 13 y 14 de septiembre de 2015 fue mayor en *El País* que en *La Vanguardia* o *El Mundo*. Esto puede darse porque el periódico del Grupo Prisa tiene dos ediciones, la estatal y la catalana. En cualquier caso, resulta más revelador fijarse en los conceptos que los periódicos decidieron presentar en términos metafóricos, puesto que, a diferencia del hecho de cuantificar el espacio dedicado al proceso independentista, nos permitirán profundizar en la línea editorial que cada cabecera adoptó a la hora de reportarlo.

Así, si nos fijamos en la Tabla 4, podremos ver como la independencia o el proceso independentista son más conceptualizados en los medios con edición en Madrid (40 por ciento en *El País* y 58 por ciento en *El Mundo*) que en *La Vanguardia* (14 por ciento). En cambio, esta cabecera dedica un mayor esfuerzo (57 por ciento) a la cobertura del proceso electoral previo al 27-S. Por otro lado, la relación Cataluña/España fue más conceptualizada por *El País* (43 por ciento), aunque en *La Vanguardia* también tuvo un papel relevante (29 por ciento). De este modo, el *target domain* que sobresale entre el resto es un indicador que nos permite conocer cuál fue el foco de atención del periódico en cuestión e intuir por qué dicho tema tendió a metaforizarse para ser explicado.

Figura 3. Número de metáforas identificadas por target domain



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Número de metáforas referidas por target domain

Target domain	La Vanguardia	%	El País	%	El Mundo	%
Independencia/Proceso ind.	26	14	81	40	75	58
Relación Cataluña/España	54	29	87	43	29	23
Elecciones 27-S	106	57	34	17	25	19
TOTAL	185	100	202	100	129	100

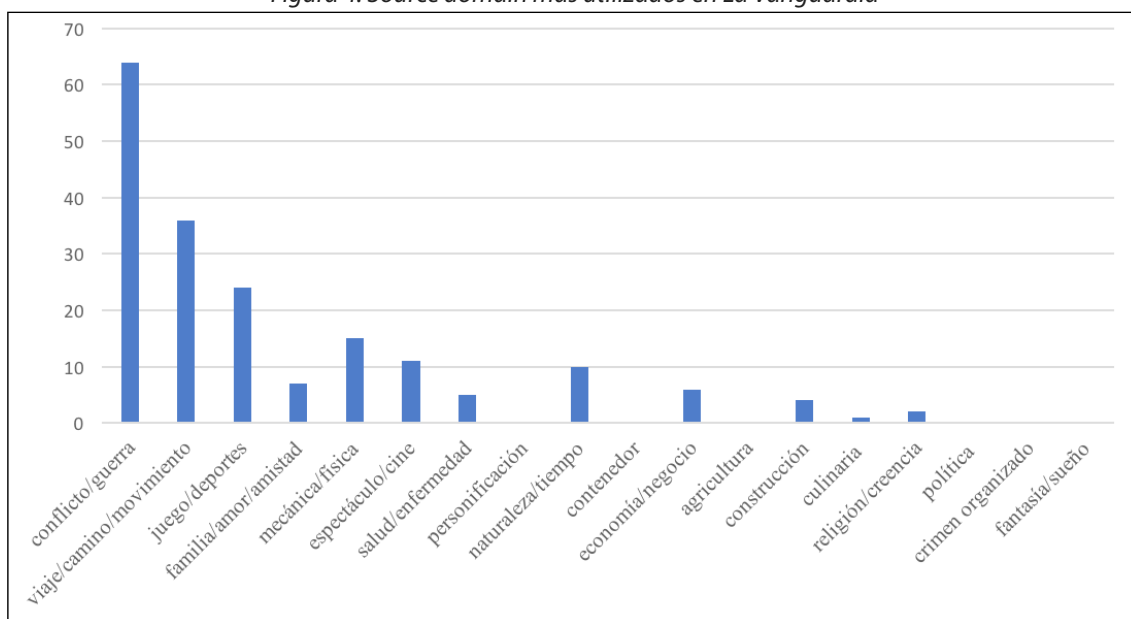
Fuente: Elaboración propia

En lo que se refiere a los *source domain* utilizados (Tabla 5), puede afirmarse que los tres periódicos establecen una cierta jerarquía cuando se trata de utilizar un dominio conceptual u otro. Así pues, los *target domain* Independencia/Proceso independentista, Relación Cataluña/España y Elecciones 27-S tienden a ser conceptualizados más bajo conceptos como conflicto/guerra, viaje/camino/movimiento, juego/deportes o familia/amor/amistad más que bajo religión/creencia, agricultura o crimen organizado, que se encuentran de forma esporádica y, a menudo, enmarcados en una pieza informativa/opinativa concreta. Así, para los resultados que aquí se presentan, se ha prestado atención a aquellos *source domain* que aparecían con una frecuencia relevante en los artículos de información u opinión seleccionados. Este es el caso del *source domain* conflicto/guerra, que en *La Vanguardia* se utilizó con una frecuencia del 34,6 por ciento con respecto al total de las expresiones metafóricas identificadas y que en *El País* y *El Mundo* superó la barrera del 10 por ciento. Un índice que nos permite también señalar aquellos *source domain* más utilizados: viaje/camino/movimiento (por encima del 15 por ciento), juego/deportes (entre el 11 y el 13 por ciento en *El Mundo* y *La Vanguardia*), familia/amor/amistad (superando el 15 por ciento en *El País*), mecánica/física (alrededor del 16 por ciento en *El País* y *El Mundo*) o espectáculo/cine (en una proporción equivalente en los tres periódicos).

Así pues, en términos de conflicto/guerra podemos encontrarnos con que en la campaña iniciada el día 11 de septiembre, previa a los comicios del 27-S, Cataluña se

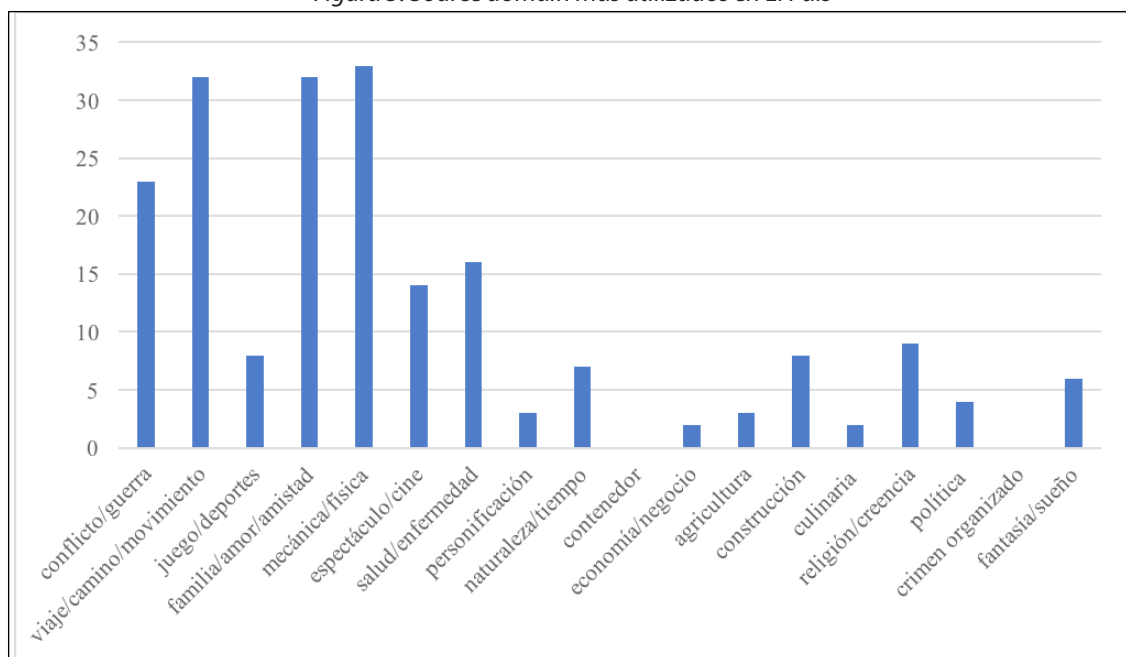
presenta como la “base de operaciones” (*El Mundo*) que los partidos utilizarán durante quince días para lanzar sus mensajes. Los tres periódicos coinciden en hablar del proceso independentista como “un desafío a la autoridad española” (*La Vanguardia*), aunque difieren en la magnitud del mismo. En *El País*, se conceptualiza el movimiento independentista como una “rebelión de un poder del Estado contra el Estado,” mientras que en *La Vanguardia* llega a hablarse de “revolución de las sonrisas” o “pacífica revuelta catalana.” Nada más lejos de la percepción de *El Mundo*, quien señala a Artur Mas –entonces President en funciones de la Generalitat–, como responsable de haber cultivado “el señuelo del enemigo externo” encarnado por España y el Gobierno de Rajoy.

Figura 4. Source domain más utilizados en La Vanguardia



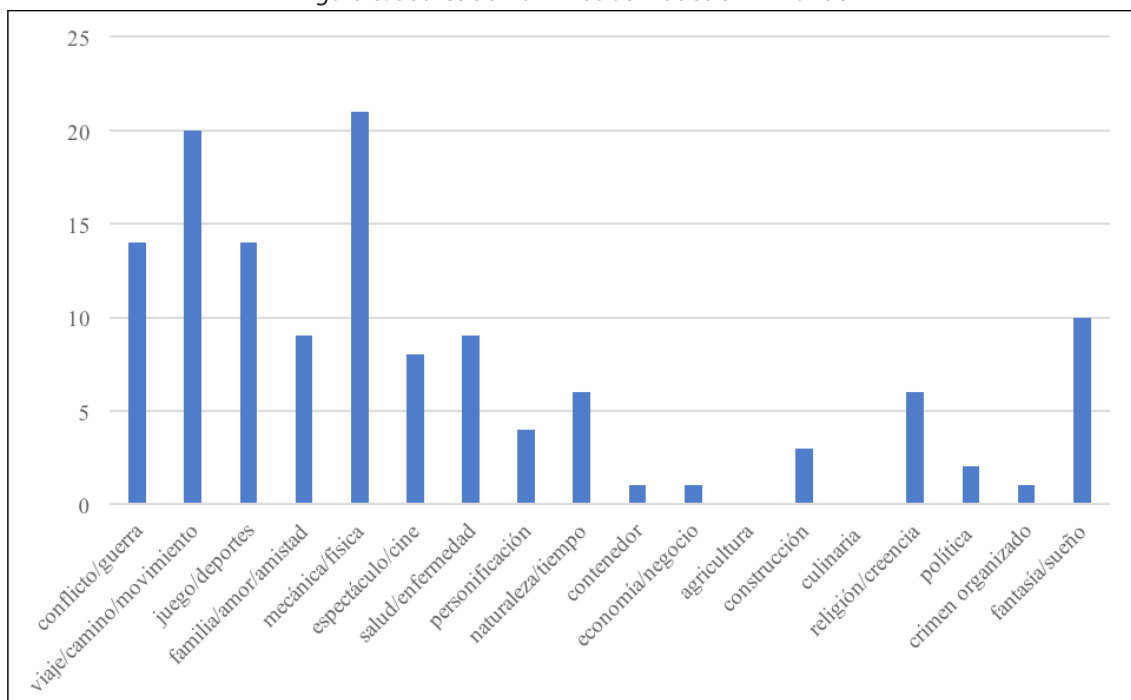
Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Source domain más utilizados en El País



Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Source domain más utilizados en El Mundo



Fuente: Elaboración propia

El uso del dominio conceptual juego/deportes se asemeja al de conflicto/guerra puesto que también dibuja una competición entre dos partes (equipos) en las que la victoria final es el objetivo a perseguir. Por ello, *La Vanguardia* tendió a representar Junts pel Sí como un equipo que “se la juega” en las elecciones y que debe “jugar a fondo” toda la campaña si desea obtener una mayoría independentista el 27-S. Asimismo, Mariano Rajoy y Pedro Sánchez son representados como los “pesos pesados” que en el combate de boxeo que supuestamente se está “librando” se ven obligados a decantar la balanza hacia el mejor resultado posible, mientras que Albert Rivera o Pablo Iglesias se encuentran buscando la “pole position” que les permita hacer un “sprint” hacia las generales de diciembre de 2015. La campaña se percibe desde *El País* como un “campeonato de incompetencia política” que tiene en el día 11 de septiembre su “pistoletazo de salida” (*El Mundo*). Para *El Mundo*, las elecciones del 27-S son un “ardid” para suplantar el referéndum que no se pudo celebrar en noviembre de 2014, donde no sólo Junts pel Sí “se la juega”, también el resto de españoles. El proceso catalán es un juego de estrategia, donde el desafío soberanista es conceptualizado como un “órdago” y los distintos movimientos de los actores políticos implicados se llevan a cabo sobre un “tablero”, donde “las cartas del sí y del no están repartidas” (*La Vanguardia*). Según *El Mundo*, fue Artur Mas quien dio inicio a la partida al “romper la baraja porque Rajoy no accedía a un sistema fiscal de concierto como el vasco para Cataluña.” El periódico convierte al expresidente de la Generalitat y a la élite política a la que pertenece en los responsables de estar “jugando a la ruleta rusa con los ahorros de los trabajadores catalanes.”

Tabla 5. Número de metáforas referidas por source domain

Source domain	La Vanguardia	%	El País	%	El Mundo	%
conflicto/guerra	64	34,6	23	11,4	14	10,9
viaje/camino/movimiento	36	19,5	32	15,8	20	15,5
juego/deportes	24	13	8	4	14	10,9
familia/amor/amistad	7	3,7	32	15,8	9	7
mecánica/física	15	8,1	33	16,3	21	16,3
espectáculo/cine	11	6	14	7	8	6,2
salud/enfermedad	5	2,7	16	7,9	9	7
personificación	0	0	3	1,5	4	3,1
naturaleza/tiempo	10	5,4	7	3,4	6	4,65
contenedor	0	0	0	0	1	0,7
economía/negocio	6	3,2	2	1	1	0,7
agricultura	0	0	3	1,5	0	0
construcción	4	2,2	8	4	3	2,4
culinaria	1	0,5	2	1	0	0
religión/creencia	2	1,1	9	4,4	6	4,65
política	0	0	4	2	2	1,5
crimen organizado	0	0	0	0	1	0,7
fantasía/sueño	0	0	6	3	10	7,8
TOTAL	185	100	202	100	129	100

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, encontramos referencias al conflicto político en Cataluña en el marco de un viaje/camino/movimiento, que se utilizan con el fin de asimilar el proceso independentista a un trayecto que puede o no tener un final predecible. Si el resultado de las elecciones es una mayoría independentista, esto permitiría a Junts pel Sí “sacar adelante la hoja de ruta”, en un proyecto en donde no hay “otras vías posibles” y donde los “obstáculos” de carácter legal pueden superarse (*La Vanguardia*). La celebración de las elecciones del 27-S es, en sí misma, una “salida” que ha de permitir a los independentistas recorrer el trayecto hasta el final. Para *El País* y *El Mundo*, no existe final alguno en lo que se califica como una “deriva secesionista”, “disparatada/arriesgada aventura”, “viaje a ninguna parte”, “huida hacia la nada”, “camino sin retorno” que no tiene “vuelta atrás.” Este periódico sitúa “el origen del entuerto” en la sentencia del Tribunal Constitucional sobre el Estatuto de 2006, aunque no indica cómo va a resolverse, si bien urge a la clase política a que trabaje para no llegar a un “desenlace

irreversible." De acuerdo a *La Vanguardia*, este trayecto también presenta la posibilidad de "encarrilar" o "reconducir" la relación entre Cataluña y España, que en la actualidad está marcada por un inminente "choque de trenes." De acuerdo con *El País*, si Cataluña volviera a "sentirse faro" de España, podría ser el "camino para recuperar la afección."

En relación al dominio conceptual familia/amor/amistad, es interesante ver como algunos periódicos van más allá de las expresiones metafóricas relacionadas con el divorcio entre dos entes políticos personificados (Cataluña y España) para generar narrativas alternativas con respecto a la situación política analizada. Se trata de metáforas que establecen, por ejemplo, una relación paterno-filial entre el Estado y Cataluña, donde esta última ejerce de hijo mayor de edad que está "harto de que se le trate como a un niño" (*El País*) y desea "emanciparse" (*El País*). En una línea más clásica, *La Vanguardia* presenta la relación entre Cataluña y España como "un amor no correspondido" que necesita de un argumentario que "seduzca" para que la "convivencia" entre el matrimonio vuelva a funcionar.

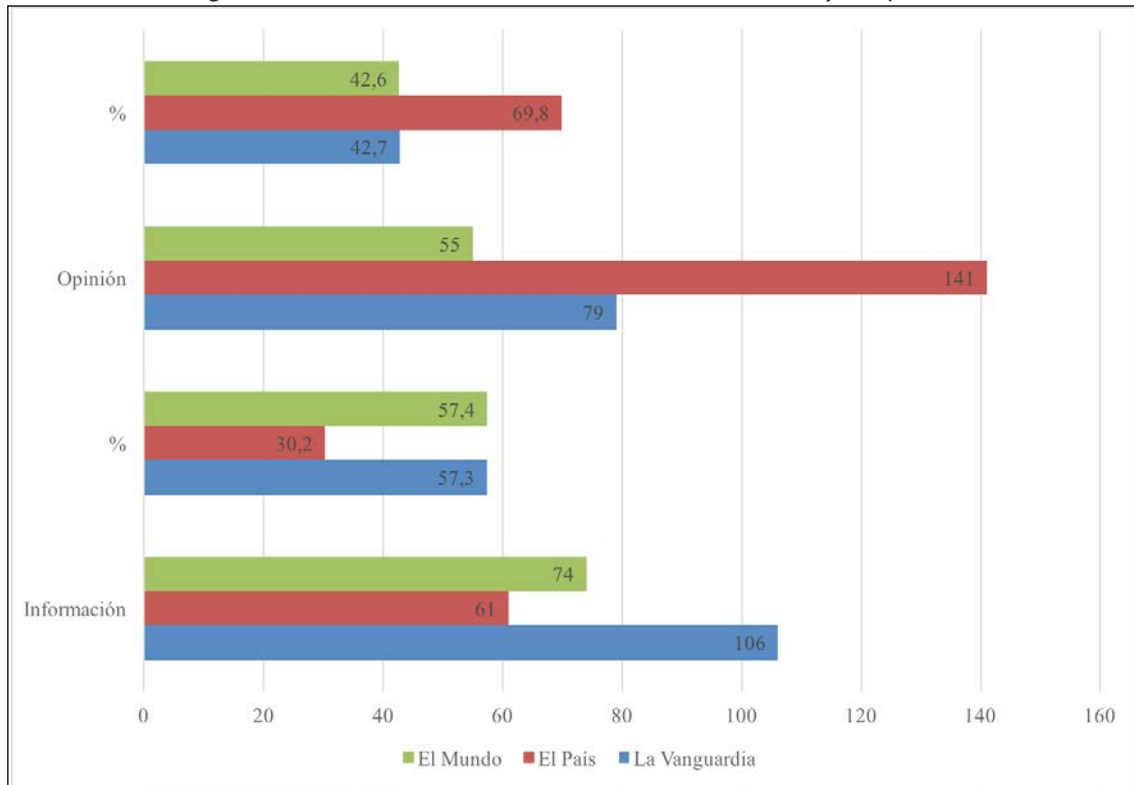
Las metáforas clasificadas bajo el *source domain* mecánica/física refuerzan también la visión de la relación Cataluña/España como dos piezas que deben mejorar el "encaje" (*La Vanguardia*) si desean evitar la amenaza de "ruptura" que recogen las tres cabeceras analizadas. Otra de las expresiones utilizadas para conceptualizar dicha relación es la "desconexión" (*El País*), que se vale de nuestro conocimiento sobre la maquinaria para conceptualizar la relación Cataluña/España como un engranaje que puede dejar de funcionar. En este engranaje, bien un referéndum o bien los comicios del 27-S (entendidos como un plebiscito) encarnan al "instrumento" que puede ejercer la función de desactivación. Bajo este dominio de conocimiento, *El Mundo* recoge la metáfora empleada por quien fuera presidente del Parlamento Europeo, Josep Borrell –quien menciona que, en Cataluña, la opinión dominante se "expande como un gas"– y la emplea en los editoriales del día 11 y 12 de septiembre cuando habla del nacionalismo como un "gas en expansión." Todos conocemos las terribles consecuencias que pueden derivarse de un escape de gas, así como que resulta necesario procurar que éste no encuentre como propagarse; el periódico nos advierte, pero las medidas para evitarlo tendrán que tomarlas los actores políticos.

Por último, es necesario señalar las metáforas referentes al dominio espectáculo/cine que llevan a los periódicos a comparar el proceso independentista como un "disparate" (*La Vanguardia* / *El Mundo*) o "una fiesta civilizada que acaba mal" (*La Vanguardia*), "una farsa" en la que la bandera estelada da "superpoderes" a quien se la pone como capa (*El País*) o bien como un "inmenso decorado" o un "cuento", "un relato incierto" (*El Mundo*) que tiene en el engaño y la falsedad su razón de ser y es por ello que, una vez haya terminado, los intérpretes encargados de llevar la historia hacia adelante "deben volver a la realidad" (*El Mundo*). En el contexto de las elecciones al parlamento catalán del 27-S, se sobreentiende que el encargado de hacerles poner los pies sobre la tierra será el resultado de la contienda electoral.

Es preciso indicar que los porcentajes en relación a la vinculación del uso de la metáfora en textos de información o de opinión varían según el periódico, tal como puede apreciarse en la Figura 7. Así, en *La Vanguardia* y *El Mundo*, los textos informativos

muestran un mayor número de metáforas, mientras que, en *El País*, es el género de opinión el que recurre más frecuentemente al uso de esta figura.

Figura 7. Número de metáforas en los textos de información y de opinión



Fuente: Elaboración propia

Más allá de la identificación de las expresiones metafóricas, que nos permiten trazar algunas pinceladas sobre el posicionamiento de las principales cabeceras del panorama mediático español, debemos ahondar en aquellos *source domain* que se presentan con mayor frecuencia la cobertura informativa/opinativa si deseamos determinar cuál fue la principal postura de los periódicos analizados con respecto al proceso. Así pues, a partir de los lexemas detectados en la fase de identificación y de la aplicación del modelo actancial, detallaremos cuál fue el *scenario* más relevante construido por cada periódico. Precisamente, la construcción del *scenario*, que está vinculada a la interpretación de las metáforas y a la estrategia de comunicación, nos permitirá determinar de forma cualitativa cuál fue la apuesta editorial de cada medio analizado.

La Vanguardia: La campaña del 27-S es una batalla estratégica

Esta cabecera editada en Barcelona, que cuenta con un lector mayoritariamente catalán que está al corriente de la situación política, decidió apostar por una cobertura más centrada en el inicio de la campaña electoral que no en el propio proceso o en la relación Cataluña/España, aunque está claro que existe un vínculo entre los tres *target domain* mencionados. En cierta manera los dos últimos son los ejes que marcan los mensajes que se comunican durante la campaña y por esta razón no pueden obviarse a la hora de describir el escenario dibujado por el periódico.

Si bien el periódico puso el foco de atención en el desarrollo de la campaña, la mayoría de referencias a la misma se hicieron bajo el dominio conceptual conflicto/guerra. Así, el proceso independentista se entiende como un conflicto sostenido en el tiempo en donde las elecciones del 27 de septiembre se erigen como una “batalla” crucial, pero que no es la primera que se libra. Esta batalla o “choque frontal” enfrenta el Gobierno de Madrid con el bando soberanista, encarnado por Junts pel Sí, la CUP y las entidades soberanistas (“un pulso entre Madrid y ellos”). Estos últimos, sostienen que “no admitirán claudicaciones”, por lo que están determinados a llevar hacia delante el “desafío” a la autoridad española. De este modo, en un primer momento, el peso de la narrativa recae sobre el movimiento independentista, que, como sujeto de la acción, lleva la iniciativa para alcanzar su objetivo: ganar unos comicios considerados como un plebiscito a favor o en contra de la independencia de Cataluña. Artur Mas “ha encendido la mecha” y, por lo tanto, ejerce como destinador, es decir, impulsa la acción, aunque quien tendrá que sancionarla son los ciudadanos de Cataluña en las urnas:

No hubo impugnación posible pero una vez inmersos en la batalla y a pesar de seguir blandiendo las leyes y la amenaza de los tribunales, los discursos y las estrategias se autodeterminan por barrios y con objetivos diferentes. El resultado del 27S se leerá en función de la victoria o derrota del independentismo (García Pagán, I., 2015:14).

El Gobierno central y los partidos que abogan por la permanencia de Cataluña dentro del Estado español, que deberían ejercer como oponentes, se limitan a “refugiarse y protegerse con la Constitución,” por lo que se deduce que el periódico adopta una posición crítica con aquellos que debieran haber impedido que se celebrase la batalla.

Existen otras dos narrativas o *scenarios* que es necesario señalar. La primera presenta a los ciudadanos de Cataluña que no se sienten identificados con ninguno de los “dos bandos” como el sujeto que lucha contra una situación en la que “víctimas y verdugos se confunden”, “uno y otro lado bombardean barbaridades” y donde se produce un “empate de irredentismo” entre las dos posiciones. Se trata de otra batalla que Llàtzer Moix recoge en el artículo de opinión “Obstinado o intransigente” del 13 de septiembre de 2015, donde se verbaliza la posición defendida por las expresiones metafóricas mencionadas anteriormente:

Los partidarios del sí –que aspiran a construir otro Estado– han exhibido gran obstinación. Los partidarios del no –en particular, los que defienden los poderes del Estado español– han mostrado una intransigencia mineral. Quienes preferimos una salida negociada somos acosados por obstinados e intransigentes.

Sin duda, este es el camino elegido por partidos de centro-derecha reacios al independentismo como Unió Democràtica de Catalunya quien, sin Josep Antoni Duran i Lleida al frente, se enfrentaba por primera vez solo a unas elecciones al parlamento catalán, después de 1980. Desde *La Vanguardia* se señala que el partido “no se dejará abatir” pese a concurrir en solitario a los comicios del 27-S.

Por último, es preciso señalar la presentación de la campaña electoral del 27-S como el “primer asalto” de una campaña permanente que culminará en el “segundo asalto”, que son las elecciones generales que se convocarían para el 20 de diciembre de 2015:

El carácter plebiscitario de la cita deja poco margen a los matices y la disputa política supera por elevación la reivindicación catalana y sitúa su segundo asalto en la carrera hacia la Moncloa. (García Pagán, I., 2015:14).

La batalla catalana deviene un “combate partidista” entre aquellas fuerzas que pugnan por cumplir con una misión: ganar las elecciones en Cataluña para poder hacerse con la victoria también en las elecciones del 20-D. Así, la campaña electoral catalana se presenta como una “disputa” donde las distintas “fuerzas en liza” “arremeten” y “cargan” la una contra la otra. Asistimos, pues, a una diversidad de sujetos que han de luchar por un mismo objetivo. El PSC recibe la ayuda de “las grandes fuerzas socialistas que desembarcaran en Cataluña” y defiende su posición desde los “bastiones socialistas”, mientras que el PP se dedica a “levantar el ánimo en sus filas” para contrarrestar un resultado adverso en las urnas catalanas. Para Catalunya Sí que es Pot (CSQP), el “enemigo a batir” es el presidente de la Generalitat, que actúa como oponente.

El País: Cataluña y España se encuentran al borde de una separación traumática

En el caso de *El País*, son los articulistas de opinión quienes construyen la narrativa dominante sobre la relación entre Cataluña y España. Por ejemplo, Josep Piqué, expresidente del PP en Cataluña, aboga por un retorno a los valores democráticos de “acuerdo, consenso y voluntad” que, según él, rigieron la Transición y que constituyen el único modo de reparar “los afectos, los amores compartidos, los lazos familiares, las amistades profundas, las experiencias comunes.” Bajo esta reflexión subyace el esquema metafórico la relación entre dos entes políticos es una relación amorosa, donde Cataluña y España encarnan a cada una de las partes de una pareja, en donde la primera dice sentirse “agraviada” por la actitud que la segunda muestra hacia ella. Hay quien, como Piqué, aboga por la “reconstrucción de la relación” (Javier Ayuso, 2015:15), aunque la tendencia mayoritaria es la de considerar a Cataluña como una víctima de una relación maltratada que no es tal. Así, Carlos Franz (2015:12) afirma que la Cataluña maltratada en que los secesionistas basan su reivindicación es en realidad una amante despechada, una actitud que califica de “resentimiento lírico”, “rabia del supuestamente expoliado” y “herida narcisista autoinfligida por un “amor” no correspondido.” En la misma línea, Fernando Savater (2015: contraportada) compara a los catalanes con “esas desteñidas madonas que van a Sálvame para contar que buscaron amor y hallaron traición,” a las que supuestamente sus maridos (España y el Gobierno de Mariano Rajoy) deben “seducir” con “una caída de ojos.” Según lo que se desprende del análisis de dicho *scenari*o, el Gobierno español ha de negarse a practicar tal cortejo, puesto que los “agravios” demandados no son pertinentes, es más:

Los partidos contrarios a la separación deberán exigir a los que la defienden razones claras que justifiquen una ruptura tan traumática (Patxo Unzueta, 2015:16).

Así pues, la narrativa que prevalece en el discurso es aquella que presenta a Cataluña como un sujeto que quiere obtener un rédito de España. Este rédito puede concretarse

en concesiones relacionadas con el traspaso de poderes para poder organizar un referéndum. Los nacionalistas de CiU y ERC son quienes solicitan el inicio de unos trámites de divorcio que España, como oponente y parte implicada en el litigio, necesita detener como sea. La culpabilidad de la situación actual, pues, recae sobre la Comunidad Autónoma, que ejerce el rol de víctima sin serlo y, en consecuencia, no tiene derecho a solicitar la separación de quien ha sido su compañero durante más de 300 años. Sólo en el caso del reportaje “Dialogar más, cumplir la ley y seguir juntos” (Casqueiro y Mateo, 2015:20-21), donde se entrevista a los presidentes de las 16 autonomías restantes, aparece un relato distinto de la mano de Ximo Puig, presidente de la Comunidad Valenciana, y de Francina Armengol, presidenta de les Balears, que sitúan al PP, al frente del Gobierno de España en esos momentos, como el culpable de “tensionar la relación” y provocar que sea una “relación enrocada.”

El Mundo: El proceso independentista es un viaje hacia ninguna parte

En *El Mundo*, la construcción de la narrativa principal alrededor del proceso está vinculada al *source domain* viaje/camino/movimiento y opta por presentar al Gobierno de la Generalitat y a quien lo había presidido hasta la fecha –Artur Mas– como el iniciador (destinador) que provocan que Cataluña inicie “una huida hacia delante”:

El camino iniciado por el presidente de la Generalitat hace tres años [...] no obedecía a ninguna urgencia inmediata sino que era sencillamente una huida hacia adelante, un proyecto personalista del presidente de la Generalitat (Editorial, 2015:3).

Así pues, aunque sea Cataluña quien recorra el camino hacia el precipicio, la agencia recae en el personaje político que impulsa la acción, de modo que la Comunidad Autónoma no es más que un ente manipulado por quienes la lideran. Del resultado de las elecciones del 27-S depende que esta “huida hacia delante que no tiene marcha atrás” pueda “continuar avanzando” y es por este motivo que quien se niega a que Cataluña siga vagando sin rumbo deberá luchar en las urnas para evitarlo. Es el caso de UDC, para quien “la hoja de ruta planteada por esta lista independentista no es viable.” Sin embargo, también hay quien actúa como ayudante o acelerador del proceso independentista, como la manifestación del día 11 de septiembre que “busca emular un GPS que indica el rumbo, la república catalana, y la dirección, las plebiscitarias del 27-S.” Los resultados del 27-S serán, una vez más, quienes sancionen la acción, puesto que:

[...] serán determinantes para acelerar o descarrilar la hoja de ruta soberanista que defiende Junts pel Sí (Editorial, 2015:3).

Lo que se plantea, pues, en la narrativa desarrollada por el periódico *El Mundo* es una encrucijada entre dos opciones: vagar hacia el abismo o redireccionar el rumbo de Cataluña. En sus páginas, Miquel Iceta, candidato del PSC a la presidencia de la Generalitat, lo plantea en términos de una elección entre:

[...] seguir el camino que no lleva a ningún lugar y arriesgar demasiadas cosas o abrir un escenario de diálogo, acuerdo y pacto para resolver problemas (Javier Oms, 2015:9).

Este escenario es muy distinto al planteado por los actores políticos catalanes partidarios de la independencia (Moragas-Fernández, 2016), quienes comprenden el proceso como un trayecto con una destinación clara (la independencia) y no como un viaje a ninguna parte. En este sentido, sería interesante incorporar en el análisis a los periódicos cuya línea editorial tiene una actitud menos reacia al movimiento secesionista para ver si perpetúan el discurso de la clase política pro-independentista.

5. CONCLUSIONES

El Análisis Crítico de la Metáfora (Charteris-Black, 2011) resulta ser una metodología de carácter cualitativo útil para distinguir el posicionamiento de los medios de comunicación acerca de un tema conflictivo. Si bien nos permite acercarnos a los textos mediáticos desde un punto de vista microestructural o superficial, su carácter analógico nos posibilita el hecho de entrever cuál es la idea que subyace bajo el uso de un dominio conceptual concreto. En este recorrido, superada la primera etapa de la identificación, es donde tiene lugar la construcción de la narrativa o del *scenario*, que es lo que realmente nos permite interpretar el porqué de enmarcar un determinado hecho político bajo un *source domain* concreto. El hecho de contemplar también al contexto como parte constitutiva del discurso nos facilita la designación de los actantes que intervienen en la narración, cosa que deviene fundamental cuando se trata de determinar sobre quién recae el peso de la acción y quién es designado como responsable de la situación conflictiva.

De la aplicación de esta metodología a la presente investigación podemos concluir que, si bien el uso de dominios como conflicto/guerra, juego/deportes, familia/amor/amistad o viaje/camino/movimiento es transversal en todas las cabeceras, el desarrollo del *scenario* es distinto en cada caso. Este nos revela por qué es necesario analizar el modo en que la metáfora se inserta en la estrategia comunicativa de cada periódico cuando el objetivo del estudio es identificar el posicionamiento del medio con respecto a un conflicto. Más allá de la creatividad en el uso de la metáfora, no deben obviarse las implicaciones en la evaluación del hecho reseñado que conlleva el uso de un *source domain* que dibuja una narración concreta. En el caso de *El País*, la opción de mostrar la relación entre Cataluña/España como una relación de pareja en donde un supuesto maltrato no da derecho a la reivindicación de la separación, sino que se cuestiona el rol de la víctima, deslegitima las aspiraciones de Cataluña de convertirse en un país independiente. Lo mismo ocurre cuando *El Mundo* enmarca estas aspiraciones bajo el dominio viaje/camino/movimiento y dibuja una narrativa donde la independencia es sinónimo del abismo, la deriva y la nada. Sólo *La Vanguardia* parece mostrar cierta neutralidad en el conflicto, desplazando el eje de atención a los comicios y rehuendo la legitimidad de unos u otros argumentos.

Por último, si bien el de la opinión es un género que puede prestarse más al juego con el lenguaje y al uso de figuras retóricas que llamen la atención del lector (sin olvidar las implicaciones ideológicas que tiene su uso), la información se presenta también como un terreno alejado de la supuesta neutralidad que debería ostentar, ya que identificamos numerosas expresiones metafóricas cuyo uso no siempre está vinculado al hecho de hacer más “digerible” una realidad compleja.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Altheide, D. L. y Snow, R. P. (1979): *Media logic*. Beverly Hills: Sage.

Altheide, D. L. (2013): "Media Logic, Social Control, and Fear", en *Communication Theory*, vol. 23, núm. 3, pp. 223-238. Disponible en Internet: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/comt.12017/abstract> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Ayuso, J. (2015): "La píldora del día después", en *El País*, 11 de septiembre, p. 15. Disponible en Internet: http://politica.elpais.com/politica/2015/09/11/actualidad/1441996197_031306.html [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Bennett, W. L. y Entman, R. M. (2001): "Mediated Politics. An introduction" en Bennett, W. L. y Entman, R. M (eds.) *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 1-32.

Bickes, H., Otten, T. y Weymann, L. C. (2014): "The financial crisis in the German and English press: Metaphorical structures in the media coverage on Greece, Spain and Italy", en *Discourse & Society*, vol. 25, núm. 4, pp. 424-445. Disponible en Internet: <http://das.sagepub.com/content/25/4/424.short> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Black, M. (1967): *Modelos y metáforas*. Madrid: Tecnos.

Borrat, H. (1989): "El periódico, actor del sistema político", en *Anàlisi*, vol. 12, pp. 67-80. Disponible en Internet: <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/download/41078/89080> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Bougher, L. (2012): "The Case for Metaphor in Political Reasoning and Cognition", en *Political Psychology*, vol. 33, núm. 1, pp. 145-163. Disponible en Internet: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9221.2011.00865.x/abstract> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Cameron, L. (1999): "Operationalising 'metaphor' for applied linguistic research" en Cameron, L. y Low, G. (eds.) *Researching and Applying Metaphor*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 3-28.

Canel, M. J. (2006): *Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica*. Madrid: Tecnos.

Casqueiro, J. y Mateo, J.J (2015): "Dialogar más, cumplir la ley y seguir juntos", en *El País*, 12 de septiembre, pp. 21-22. Disponible en Internet: http://politica.elpais.com/politica/2015/09/12/actualidad/1442076147_929431.html [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Castelló, E. (2012): "Conflicto político y medios: marcos, narrativas y discursos" en Castelló, E. (ed.) *La mediatización del conflicto político*. Barcelona: Laertes, pp. 9-38.

Castells, M. (2007): "Communication, Power and Counter-power in the Network Society", en *International Journal of Communication*, vol. 1, pp. 238-266. Disponible en Internet: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46/35> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Centre d'Estudis d'Opinió (2012): "El suport a la independència de Catalunya. Anàlisi de canvis i tendències en el període 2005-2012." Disponible en Internet: http://ceogencat.cat/ceop/AppJava/export/sites/CEOPortal/estudis/monografies/contingut/premi_maquetat_def.pdf [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Charteris-Black, J. (2011): *Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

Courtés, J. (1976): *Introduction à la sémiotique narrative et discursive: méthodologie et application*. Paris: Hachette.

Dahlgren, P. (1995): *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage Publications.

Dowling, A. (2009): "Autonomistes, Catalanistes and Independentistes: politics in contemporary Catalonia", en *International Journal of Iberian Studies*, vol. 22 núm. 3, pp. 185-200. Disponible en Internet: <http://www.ingentaconnect.com/contentone/intellect/ijis/2009/00000022/00000003/art00002> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Eco, U. (1980): "Two Problems in Textual Interpretation", en *Poetics Today*, vol. 2 núm. 1, pp. 145-161. Disponible en Internet: <https://www.jstor.org/stable/1772358> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Eco, U. (1989): "El Trabajo Retórico" en Eco, U. *Tratado de Semiótica General*. Barcelona: Lumen, pp. 386-403.

Editorial (2015): "Movilizar a la Cataluña silenciosa frente a la maquinaria nacionalista" en *El Mundo*, 11 de septiembre, p. 3. Disponible en Internet: <http://www.elmundo.es/opinion/2015/09/11/55f1cfa4e2704e40728b458b.html> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Flew, T. y Swift, A. (2015): "Engaging, Persuading, and Entertaining Citizens: Mediatization and the Australian Political Public Sphere", en *The International Journal of Press/Politics*, vol. 20, núm. 1, pp. 108-128. Disponible en Internet: <http://hij.sagepub.com/content/early/2014/09/29/1940161214552500.abstract> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Franz, C. (2015): "Farsa", en *El País*, 12 de septiembre, p. 12.

Gambra, J. M. (1990): "La metáfora en Aristóteles", en *Anuario Filosófico*, vol. 23, pp. 51-68. Disponible en Internet: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/832> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

García Pagán, I. (2015): "El ajustado sondeo del CIS abre una campaña decisiva", en *La*

Vanguardia, 11 de septiembre, p. 14. Disponible en Internet: <http://www.lavanguardia.com/politica/elecciones-catalanas/20150911/54436423912/elecciones-catalanas-27s-campana.html> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

García Pagán, I. (2015): "El otro plebiscito", en *La Vanguardia*, 13 de septiembre, p. 14. Disponible en Internet: <http://www.lavanguardia.com/politica/elecciones-catalanas/20150913/54435240452/otro-plebiscito.html> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Greimas, A. J. (1987): "La isotopía del discurso" en Greimas, A. J. *Semántica estructural: investigación metodológica*. Madrid: Gredos, pp. 105-155.

Greimas, A. J. (1987): "Reflexiones acerca de los modelos actanciales" en Greimas, A. J. *Semántica estructural: investigación metodológica*. Madrid: Gredos, pp. 263-293.

Greimas, A. J. (1990): *Narrative semiotics and cognitive discourses*. London: Pinter.

Guibernau, M. (2013): "Secessionism in Catalonia: After Democracy", en *Ethnopolitics*, vol. 12, núm. 4, pp. 368-393. Disponible en Internet: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17449057.2013.843245?journalCode=reno20> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Guibernau, M. (2014): "Prospects for an Independent Catalonia", en *International Journal of Politics, Culture, and Society*, vol. 27, pp. 5-23. Disponible en Internet: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10767-013-9165-4> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Habermas, J. (1991): *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge Massachusetts: MIT Press.

Kövecses, Z. (2005): *Metaphor in Culture. Universality and Validation*. Cambridge: Cambridge University Press.

Kövecses, Z. (2010): *Metaphor: a practical introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Lakoff, G. y Johnson, M. (1980): *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.

Lakoff, G. (1993): "The Contemporary Theory of Metaphor" en Ortony, A. (ed.) *Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 202-25.

Lakoff, G. (2008): *The Political Mind: Why You Can't Understand 21st Century American Politics with an 18th Century Brain*. New York: Viking.

Le Guern, M. (1990): *La metáfora y la metonimia*. Madrid: Cátedra.

Liñeira, R. y Cetrà, D. (2015): "The Independence Case in Comparative Perspective",

en *The Political Quarterly*, vol. 86, núm. 2, pp. 257-264. Disponible en Internet: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-923X.12157/abstract> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

López García, G. (2006): "Comunicación en red y mutaciones de la esfera pública", en *Zer*, vol. 11, núm. 20, pp. 231-249. Disponible en Internet: <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/3762> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Mazzoleni, G. (2010): *La comunicación política*. Madrid: Alianza.

McNair, B. (2007): *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.

Mio, J. y Katz, A. (1996): *Metaphor: implications and applications*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Mio, J. (1997): "Metaphor and Politics", en *Metaphor and Symbol*, vol. 12, núm. 2, pp. 113-133. Disponible en Internet: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327868ms1202_2 [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Moix, Ll. (2015): "Obstinado o intransigente", en *La Vanguardia*, 13 de septiembre. Disponible en Internet: <http://www.lavanguardia.com/opinion/articulos/20150913/54436476688/obstinado-intransigente-llatzermoix.html> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Moragas-Fernández, C.M. (2016): "Claiming Independence in 140 characters. Uses of Metaphor in the Construction of Scottish and Catalan Political Discourses on Twitter", Tesis Doctoral. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili. Disponible en Internet: <http://www.tesisenred.net/handle/10803/387319> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Musolff, A. (2004): *Metaphor and Political Discourse. Analogical reasoning in debates about Europe*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

Musolff, A. (2006) Metaphor Scenarios in Public Discourse. *Metaphor and Symbol*, vol. 21, núm. 1, pp. 23-38. Disponible en Internet: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327868ms2101_2 [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Oms, J. (2015): "Iceta a Mas: Los que se saltan la ley son, habitualmente, delincuentes", en *El Mundo*, 12 de septiembre, p. 9. Disponible en Internet: <http://www.elmundo.es/cataluna/2015/09/12/55f419e7ca4741ac6d8b4579.html> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Piñol, A. (2012): "El independentismo catalán logra una histórica exhibición de fuerza", en *El País*, 12 de septiembre. Disponible en internet en: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/09/11/catalunya/1347375808_419590.html [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Piqué, J. (2015): "Catalunya/España: El día después", en *El País*, 11 de septiembre, p. 11. Disponible en Internet: <http://elpais.com/elpais/2015/09/10/>

opinion/1441899518_024846.html [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Pragglejaz Group (2007): "MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse", en *Metaphor and Symbol*, vol. 22, nº 1, pp. 1-39. Disponible en Internet: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10926480709336752> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Richards, I. A. (1976): *The Philosophy of rhetoric*. London: Oxford University Press.

Rico, G. y Liñeira, R. (2014): "Bringing Secessionism into the Mainstream: The 2012 Regional Election in Catalonia", en *South European Society and Politics*, vol. 19, núm. 2, pp. 257-280. Disponible en Internet: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13608746.2014.910324> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Savater, F. (2015): "Rauxa", en *El País*, 12 de septiembre, Contraportada. Disponible en Internet: http://elpais.com/elpais/2015/09/11/opinion/1441986491_642189.html [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Semino, E. (2008): *Metaphor in discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.

Serrano, I. (2013): "Just a Matter of Identity? Support for Independence in Catalonia", en *Regional and Federal Studies*, vol. 23, núm. 5, pp. 523-545. Disponible en Internet: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13597566.2013.775945> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Stenvoll, D. (2008): "Slippery slopes in political discourse" en Carver, T. and Pikalo, J. (eds.) *Political language and metaphor: interpreting and changing the world*. London: Routledge, pp. 28-40.

Unzueta, P. (2015): "Razones del No", en *El País*, 11 de septiembre, p. 14. Disponible en Internet: http://politica.elpais.com/politica/2015/09/10/actualidad/1441910655_202245.html [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

Van Dijk, T. (1997): "What is Political Discourse Analysis?", en *Belgian Journal of Linguistics*, vol. 11, pp. 11-52. Disponible en Internet: <http://uahost.uantwerpen.be/linguist/BJL/Vol11.htm> [Consulta: 15 de diciembre de 2016]

AGRADECIMIENTO

Esta investigación se ha llevado a cabo en el marco del proyecto de I+D "El papel de la metáfora en la definición y la percepción social de temas conflictivos. Instituciones, medios de comunicación y ciudadanos" [CSO2013-41661-P], financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.