

El uso de la metáfora orientacional en la descripción de la variación de precios. Un estudio de corpus aplicado a la enseñanza del español de los negocios

劉康/Antonio Riutort-Cánovas

天主教輔仁大學助理教授

Department of Spanish Language and Culture,
Fu Jen Catholic University

【摘要】

本文以語料庫研究探討西語中表達價格變動的隱喻用法，並將其研究結果呈現於此。具體而言，我們以「概念隱喻理論」(Conceptual Metaphor Theory) 中的空間定向分析方位隱喻法。為達研究目的，我們使用具代表性與規模的現代西班牙語語料庫(CREA)，該語料庫是由西班牙皇家學院(Real Academia Española)所建置。研究結果表示，依照空間定向，價格變動多以三種方位隱喻法呈現：上下、伸縮與動靜走向，也驗證了語言資源對隱喻的產生是有關聯的。本研究最終將針對在商用課程中納入西語方位隱喻法提出一些教學建議。

【關鍵詞】

基於語料庫的研究、論述分析、商業論述、隱喻、商業西語

【Abstract】

In this article we expose the results of a corpus-based research aimed at identifying the metaphorical expressions used in Spanish to express price variation. More specifically, we analyzed the orientational metaphor based on spatial orientations as described by the Conceptual Metaphor Theory. In order to accomplish our research goals, the CREA corpus created by the Real Academia Española has been used due to its representativeness and scale. The results show that price variation is expressed mainly through three types of orientational metaphors which are based on spatial orientations: up-down; expansion-contraction; and motion-stillness. Linguistic resources for the creation of metaphors have also been identified. The research concludes with some teaching recommendations for the inclusion of orientational metaphors in Spanish for Business curriculum.

【Keywords】

corpus-based study, discourse analysis, business discourse, metaphor, Spanish for Business

1. Introducción

Una de las diferencias que tradicionalmente se han señalado entre profesores de lenguas para fines específicos (LFE) y profesores de lenguas para fines generales (LFG) es la necesidad que poseen los primeros de comprender un discurso que en muchos casos les es ajeno: el discurso económico y de los negocios. El profesor de español para fines específicos (EFE) suele haber recibido una formación en disciplinas de lengua y culturas hispanas. Sin embargo, en ocasiones se ve enfrentado ante el reto de impartir asignaturas cuyos contenidos están orientados a posibilitar la comunicación en contextos profesionales tales como el turismo, el secretariado, los negocios, etcétera. Ante tal desafío, una respuesta común es la de adoptar un manual. Ahora bien, en ocasiones, y por motivos diversos, los manuales no satisfacen las necesidades de docentes y alumnos, lo que obliga al profesor a la creación de sus propios materiales, denominados también materiales *ad hoc*. Es en este contexto donde los corpus lingüísticos pueden contribuir positivamente.

Esta situación es la que hemos experimentado como docentes de la asignatura *Comunicación internacional en la empresa*, impartida a los alumnos de 4º año del Departamento de Español de la Universidad Fu Jen. Uno de los contenidos funcionales del programa curricular de dicha asignatura es enseñar a los alumnos a expresar variación en las magnitudes económicas, en concreto en los precios. Ahora bien, aunque dicha función es de gran relevancia (Aguirre, 2012), los manuales han desatendido su tratamiento, obligándonos a crear nuestros propios materiales para su enseñanza. En un primer intento por conocer las formas para expresar dicha variación en español, decidimos consultar varios textos sobre economía y comercio. Sin embargo, pronto nos percatamos de la enorme presencia de expresiones metafóricas utilizadas para describir cambios en los precios (p. ej., *Los precios han caído*; *Los precios se han congelado*) y de cómo estas expresiones representan un

tipo particular de metáfora: la metáfora orientacional. Al mismo tiempo, nos dimos cuenta de que no se había realizado ningún estudio sistemático del discurso español económico y de los negocios orientado a identificar y clasificar dichas expresiones metafóricas. Así las cosas, decidimos emprender una investigación profunda cuyos resultados no sólo nos sirvieran para cumplir nuestros fines inmediatos, la creación de materiales, sino que también resultaran de utilidad para otros docentes de español / LE para los negocios.

Por todo ello, el objetivo general de esta investigación ha sido contribuir por medio de un estudio de corpus a conocer mejor un aspecto clave del discurso de la economía y el comercio: expresar la variación de precios por medio de expresiones metafóricas orientacionales. De forma más concreta, perseguimos un triple fin: en primer lugar, desvelar qué recursos metafóricos posee el español para realizar tal función; en segundo lugar, categorizar y ejemplificar los recursos antes mencionados; y en tercer lugar, ofrecer algunas recomendaciones didácticas extraídas de nuestro curso. Esperamos que todo ello resulte en un material de utilidad que permita, a su vez, mejorar la capacidad de los alumnos para expresar la variación de los precios.

En cuanto a los fundamentos disciplinares de este estudio, nos basamos en los siguientes: a nivel conceptual, en el estudio cognitivo de la metáfora, y en concreto la metáfora orientacional, desarrollado por Lakoff y Johnson (1980, 1999); a nivel metodológico, hemos optado por un estudio de corpus, ya que este tipo de metodología encaja con nuestra pretensión de identificar unidades metafóricas lexicalizadas. En líneas generales, la investigación es fundamentalmente descriptiva y exploratoria en lo que se refiere a los tipos de metáfora, y cuantitativa en cuanto al fin, pues no busca medir frecuencias de uso, sino conocer en profundidad un fenómeno.

Comenzaremos exponiendo los antecedentes teóricos que sustentan la investigación (el concepto de metáfora orientacional y su función expresiva); la relevancia del desarrollo de la competencia metafórica del alumno de español / LE para los negocios; y el papel de los estudios de corpus en la didáctica de LFE. Por último,

describiremos las características y los procedimientos de investigación. Finalmente, expondremos y comentaremos los resultados, y señalaremos sus implicaciones didácticas generales.

2. Fundamentos teóricos

2.1. La metáfora orientacional

Los estudios del lenguaje desde una perspectiva cognitiva han permitido comprender mejor la relación entre cognición y lenguaje. En este sentido, la Teoría de la Metáfora Conceptual ha puesto de manifiesto cómo muchas de las expresiones que empleamos comúnmente poseen un origen más complejo de lo que se creía, pues están formadas por metáforas basadas en estructuras conceptuales independientes al lenguaje (Keysar y Bly, 1999).

Según Lakoff y Johnson (1999) la metáfora no es sólo un recurso propio de la literatura. Así, para Aguirre (2012) y Gómez de Enterría (2009) la metáfora constituye también uno de los principales procedimientos de creación de términos especializados en el discurso económico y de los negocios. Sin embargo, la metáfora también juega un papel clave en el vocabulario general de esta disciplina. Por ejemplo, Irgl (1989) identificó en el discurso de los negocios en inglés 60 expresiones verbales para designar el ascenso de los precios y 40 para designar el descenso. Lo más llamativo de estos verbos es que constituyen expresiones de un tipo de metáfora de carácter universal denominada metáfora orientacional, por medio de la cual lo abstracto es expresado según una orientación espacial: “*Orientational metaphors give a concept a spatial orientation...*” (Lakoff y Johnson, 1980: 14). Los precios caen como si fueran objetos sometidos a la ley de la gravedad (*Los precios cayeron ligeramente*); crecen como los seres vivos (*El precio del petróleo ha crecido*); se congelan como si fueran fluidos (*La decisión de congelar los precios*); etcétera. Según estos mismos autores, las metáforas orientacionales organizan un sistema general de conceptos en relación a otro sistema que formado por orientaciones espaciales: arriba-abajo; adelante-atrás; cerca-lejos; contracción-expansión; adentro-afuera; profundidad-superficialidad;

centro-periferia; etcétera. Es lo que sucede en el caso de la expresión de la variación de precios. Por ejemplo, al decir que un precio sube o baja, lo que se está haciendo es aplicar un dominio origen (orientación espacial vertical [arriba-abajo]) a un dominio meta (magnitud matemática). Este tipo de metáfora se suele expresar con la fórmula MÁS ES ARRIBA y MENOS ES ABAJO¹ (Díaz, 2006; Massimo, 2009). Obsérvese, por ejemplo, estas expresiones:

- *Los precios ascienden. / Los precios descienden.*
- *El alza de los precios. / La caída de los precios.*
- *Los precios están por las nubes. / Los precios están por los suelos.*
- *El precio del oro está en niveles altísimos. / El precio del oro se ha desplomado.*

En estos ejemplos, el dominio intangible, abstracto e inaprensible (los precios) se ha hecho más concreto y manejable al ser expresado a partir de unos esquemas orientacionales muy básicos y directamente ligados con la experiencia humana (Kiczkovsky y Montes, 1998; Massimo, 2009). Según Cuenca y Hilferty (1999), se manifiesta en el hecho de que entidades abstractas como la inflación o los precios, en realidad, no suben ni bajan.

Estas expresiones metafóricas, advierten Lakoff y Johnson (1999) suelen pasar desapercibidas porque su génesis es inconsciente, ya que constituye un recurso cognitivo primario, originado en la relación de nuestro cuerpo con el medioambiente circundante y el entorno físico inmediato, al que nuestro cerebro ha recurrido durante años de evolución a la hora de percibir la realidad (Lakoff y Johnson, 1980). Por ejemplo, al apilar monedas o billetes, la cantidad de dinero se incrementa al mismo tiempo que la pila crece (Delveque, 2008; Massimo, 2009). De igual forma, al verter agua en un vaso, el nivel sube (Kiczkovsky y Montes, 1998). Ramacciotti apela al carácter lexicalizado de la metáfora para explicar por

¹Por motivos de homogeneidad de estilo con otros trabajos sobre la metáfora orientacional, se ha decidido mantener el uso de las mayúsculas para expresar el tipo de metáfora orientacional, como por ejemplo, en el caso de la mencionada metáfora orientacional MÁS ES ARRIBA y MENOS ES ABAJO.

qué suelen pasar desapercibidas: “Al utilizar las metáforas lexicalizadas apenas nos damos cuenta de la imagen que encierran...” (2012: 70).

2. 2. Metáfora y enseñanza de lenguas extranjeras

Las metáforas orientacionales que hemos descrito en el apartado anterior son tan cotidianas para los hablantes nativos que pueden generar problemas al alumno de una LE, pues en un contexto como el de la economía se están utilizando términos más propios de otros dominios (p. ej., *Los precios se han disparado / se han desplomado / se han congelado / han escalado / etcétera*). Por ello, Charteris-Black y Ennis (2001) advierten de que las carencias en la competencia metafórica (CM) del alumno lo pueden conducir a la traducción literal desde la L1 a la LE y viceversa. Por todo ello, el interés hacia la metáfora ha crecido en los últimos años en la enseñanza de lenguas extranjeras y también en el de la traducción (Fuentes-Olivera, 1998; Pérez Bernal, 2004; Gilarranz, 2010; Ramacciotti Giorgio, 2012).

En este sentido, varios trabajos en el área de la lingüística cognitiva y la enseñanza de LE muestran cómo un mayor dominio de la CM incide positivamente en la mejora de la competencia comunicativa, especialmente en la adquisición del léxico, la destreza lectora y las tareas de mediación (Ortony, 1975; Boers, 2000; Charteris-Black, 2000; Parvaresh, 2008; Farias y Lima, 2010; Lowery, 2013; Fang, 2014). En este sentido, Danesi, citado en Kaitian (2011), afirma que “el poder utilizar metafóricamente la lengua meta demuestra un alto nivel de competencia comunicativa de un aprendiz” (1986: 5). Ortony (1975), respaldado por Charteris-Black (2000), defendió que la metáfora no debería estudiarse únicamente como figura literaria, sino también como parte de la adquisición del léxico y como elemento que facilita la CM.

En el caso concreto del discurso económico, varios estudios sitúan el desarrollo de la CM como objetivo clave en la enseñanza del léxico. Por ejemplo, el trabajo de White (2003) ejemplifica cómo la toma de conciencia sobre las expresiones metafóricas en las clases de inglés para los negocios conduce a los discentes a una

mejora en la retención del léxico, especialmente de los verbos de crecimiento.

En el ámbito concreto del español / LE, hay que destacar el creciente interés que la CM está generando, y que se ha manifestado en no pocos trabajos de investigación. Por citar sólo algunos, véanse los de Gutiérrez (2004), Pérez (2004), Acquaroni (2008), Sanmartín (2010), Llopis (2011) o Kaitian (2011). De entre estos trabajos cabe destacar el último, ya que posee por objeto la enseñanza del español/LE a sinohablantes. En él se advierte sobre la necesidad de desarrollar la CM de tales alumnos, pues la gran distancia entre la L1 y la LE puede generar problemas a la hora de interpretar adecuadamente el significado de las expresiones metafóricas.

2.3. La lingüística de corpus

La investigación basada en corpus ha sido una de las modalidades de investigación que más han aumentado recientemente en la enseñanza de lenguas para fines específicos (Gollin-Kies, et al., 2015) y para la comprensión de los discursos profesionales (Koester, 2010). Brevemente, un corpus podría definirse como “*a collection of naturally occurring examples of language, consisting of anything from a few sentences to a set of written texts or tape recordings which have been collected for linguistic study*” (Hunston, 2002: 2). Según Parodi (2005), entre las ventajas del uso de corpus se encuentran, por ejemplo, la posibilidad de analizar con fiabilidad grandes cantidades de información; el poder contrastar hipótesis de investigación con numerosos datos empíricos que aumentarían la validez y representatividad de la investigación; y validar por medio de estos mismos datos hallazgos previos que se había logrado a pequeña escala. De forma general, los estudios de corpus son útiles para orientar en el diseño de cursos, y de forma más concreta, para tratar cuestiones como las colocaciones (Gollin-Kies, 2015). Para Godwin-Jones (2001), los estudios de corpus son especialmente útiles en la enseñanza de LE para usos profesionales, ya que generan listas de vocabulario que reflejan los términos más frecuentes en un determinado discurso profesional. Por ejemplo, dos trabajos con dicha finalidad son el de Partington (1995) y el de Almindárez (2001). Ambos analizaron por medio de un corpus la metáfora en los titulares de la prensa

económica. Del primero cabe destacar la alta presencia de expresiones metafóricas orientacionales; del segundo, su aplicación práctica para la mejora de la competencia léxica de los alumnos. Asimismo, los estudios de corpus contribuyen al análisis contrastivo (Gómez, et al., 1999).

Sin embargo, y a pesar de estas ventajas, el estudio del discurso español de los negocios con fines pedagógicos no se ha beneficiado todavía de los avances que se han logrado en el caso de los discursos generales, y que en los últimos años se ha plasmado en obras de referencia como la de Cruz Piñol (2012). Por ello, a día de hoy contamos con escasas referencias tanto teóricas como prácticas². Entre las primeras cabe destacar el capítulo que Gómez de Enterría (2009) dedica a la cuestión en su obra sobre la enseñanza y aprendizaje del español como lengua de especialidad.

3. Metodología

3.1. Objetivos de investigación y delimitación del objeto de análisis

El objetivo específico de esta investigación es conocer los recursos metafóricos, en concreto, la metáfora orientacional, que posee la lengua española para expresar la variación en los precios de bienes y servicios en el marco de la práctica del comercio y las finanzas. Se trata de una investigación cualitativa de tipo exploratorio.

Como hemos señalado en el marco teórico de la investigación, no hemos hallado estudios previos de la metáfora orientacional en el discurso español de los negocios y la economía. Así, este trabajo constituye un primer intento de aproximación a este fenómeno. La investigación es, por tanto, de tipo exploratorio y descriptivo, ya que busca ofrecer una primera selección de dichas expresiones metafóricas, así como una propuesta para su clasificación. El carácter cuantitativo es marginal, ya que se

²Un estudio de la metáfora en el discurso económico español fue realizado por Orts y Rojo (2009).

limita a contabilizar de forma muy general de los recursos hallados según dos criterios: el tipo de metáfora orientacional y el tipo de recurso léxico-gramatical.

3. 2. Descripción del corpus y procedimientos de uso

La mayoría de autores consultados coinciden en que la representatividad constituye un factor clave para la investigación de corpus (p. ej., Leech, 1991; Barnbrook, 1996). En esta misma línea, Barnbrook sentencia: “...*the question of representativeness underlies the whole question of corpus*” (1996: 24). Por ello, para esta investigación hemos recurrido a un corpus general: el corpus CREA de la Real Academia Española, el cual consta de 170 millones de formas. Dicho corpus alberga la mayor muestra en lengua española. Incluye un material extenso y representativo de textos sobre negocios, economía y otras áreas de interés. La representatividad también se manifiesta en otros aspectos: el tipo de texto (un 10% son textos orales); el soporte (libros, prensa y otros tipos de textos); y la variedad geográfica (el 50% de los textos procede de España y el 50% de América)³.

Anteriormente hemos hecho alusión a la importancia de la representatividad. En este sentido, nos parece que el corpus CREA es altamente representativo de una comunicación general en el comercio y las finanzas. En este sentido, la especificidad del corpus es suficiente para nuestros intereses didácticos, ya que el contenido funcional que enseñamos, la variación de precios, tiene por objeto transmitir al alumno algunas formas básicas, sin ánimo de alcanzar un alto grado de especificidad.

Los criterios de búsqueda utilizados han sido los siguientes:

- Término de consulta: *precio / precios / coste*.
- Criterio de tema: Todos
- Criterio geográficos: Todos
- Criterio de medio: Todos
- Criterio cronológico: De 1990 a 2015

- Criterio de obra y autor: Ninguno

Los resultados han sido trasladados a una hoja Excel y han sido procesados manualmente (*hand-taggin*) dada la variedad de léxico por medio del cual se pueden manifestar las expresiones metafóricas objeto de este estudio.

De cara a facilitar al lector la lectura de los resultados, hemos simplificado el complemento de régimen verbal de las expresiones verbales, optando por el más común de ellos. Por ejemplo, de las dos posibles opciones *Aplicar una rebaja en el precio* y *Aplicar una rebaja al precio*, se ha optado por incluir sólo la primera. De igual forma, hemos substituido los múltiples puntos de referencia por el símbolo “x”. Por ejemplo, un precio puede estar por debajo del precio de mercado, del valor real, de un precio anterior, de un nivel determinado, etcétera. Todos estos casos se han simplificado de la siguiente forma: *El precio está por debajo de x*. Finalmente, dado que el precio, dominio meta de esta investigación, puede actuar como sujeto y objeto directo, hemos considerado conveniente mantener esta distinción dada su relevancia. Por ejemplo: *Un precio aumenta* versus *Alguien aumenta un precio*.

4. Resultados

4.1. Clasificación de las expresiones metafóricas

El análisis de los resultados nos ha permitido identificar tres categorías de esquemas orientacionales, bajo las cuales se han clasificado dichos resultados. En primer lugar describimos de forma general tales categorías.

- MÁS ES ARRIBA y MENOS ES ABAJO

La metáfora subyacente en este caso está basada en el esquema orientacional de movimiento vertical [arriba-abajo]. En expresiones del tipo *Los precios suben* o *Los precios bajan* se puede observar que las magnitudes (los precios) sufren variaciones

³ Datos extraídos de <http://www.rae.es/recursos/banco-de-datos/crea>.

cuantitativas que son expresadas metafóricamente por medio de un movimiento ascendente o descendente que toma como referencia espacial un precio anterior.

- MÁS ES EXPANSIÓN y MENOS CONTRACCIÓN

En este caso, la variación cuantitativa de las magnitudes se expresa por medio de expresiones metafóricas basadas en el esquema orientacional centro-periferia. Así, cuando se dice *El precio ha aumentado* o *El precio ha disminuido*, se está tomando por referencia espacial una magnitud anterior en relación a la cual el precio que quiere expresarse se acerca o se aleja.

- MÁS / MENOS ES MOVIMIENTO e INMUTABILIDAD ES ESTABILIDAD

Finalmente, el tercer tipo de expresión metafórica está basado en un esquema más general: movimiento-estabilidad. Por medio de este esquema se expresa si una magnitud ha sufrido o no una alteración cuantitativa, pero sin indicar si dicha variación es de incremento o de reducción. Así, en la frase *Los precios han permanecido estables* se puede observar cómo la ausencia de movimiento es sinónimo de que el precio no ha sufrido alteraciones. Sin embargo, al decir por ejemplo que *El precio ha superado el límite establecido*, se da a entender que el precio ha sufrido alteraciones. En ambos casos, no sabemos, a menos que el contexto en el que se enmarca la expresión nos proporcione más datos, si la alteración cuantitativa es de incremento o reducción. Se trata, por tanto, de una metáfora más general, pues engloba las expresiones anteriores, las cuales también se basan en el movimiento. Sin embargo, en este caso se busca una menor concreción, ya que como acabamos de mencionar, la expresión de la variación es menos precisa.

Expresado en porcentajes, el siguiente gráfico muestra la cantidad de expresiones metafóricas según el esquema de pertenencia:

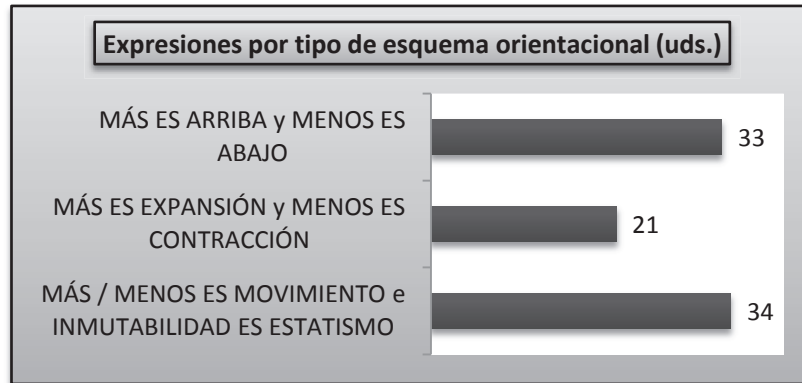


Gráfico 1: Expresiones por tipo de esquema orientacional (unidades)

4. 2. Porcentajes de recursos léxico-gramaticales

En lo que respecta al tipo y número de recursos léxico-gramaticales, se han identificado tres (expresiones verbales, sustantivos y adjetivos) con los porcentajes siguientes:

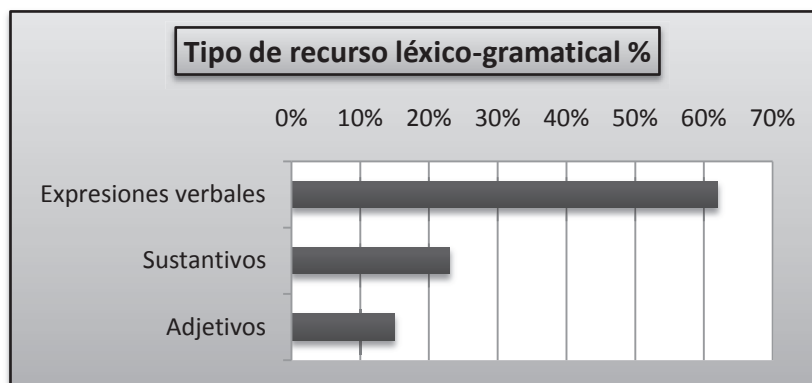


Gráfico 2: Tipo de recursos léxico-gramatical (%)

4.3. Metáforas orientacionales identificadas

A continuación se exponen los tres tipos de metáforas según los tres esquemas orientacionales antes mencionados. Además, en cada caso las expresiones metafóricas se han clasificado según el recurso léxico-gramatical que las forma (expresiones verbales, sustantivos y adjetivos)

- MÁS ES ARRIBA y MENOS ES ABAJO

EXPRESIONES VERBALES

- 1) **Bajar el precio:** *bajar el precio oficial del dinero*
- 2) **El precio (está) por encima de x:** *Un precio por encima de 25 dólares*
- 3) **El precio alcanza un nivel alto:** *el precio alcanzó los niveles más altos*
- 4) **El precio baja:** *Cansados de que el precio del dinero no baje*
- 5) **El precio cae:** *el precio cayó ligeramente*
- 6) **El precio disminuye:** *Se prevé que el precio del frijol disminuya*
- 7) **El precio escala:** *el precio de la divisa ha escalado seis centavos en promedio*
- 8) **El precio está por debajo de x:** *el precio está muy por debajo del valor real*
- 9) **El precio registra un descenso:** *El precio del crudo registró ayer un descenso*
- 10) **El precio se eleva:** *elevándose el precio por litro de 0,545 pesos a 0,56*
- 11) **El precio sube:** *el precio de las cartas certificadas sube hasta 195 pesetas*
- 12) **El precio sufre una ligera alza:** *El precio del frijol sufrió una ligera alza*
- 13) **Elevar el precio:** *El fuel elevará su precio algo menos*
- 14) **Marcar un precio máximo:** *marcan los topes máximo y mínimo del precio*
- 15) **Subir de precio:** *tendrán que subir de precio a partir de enero.*
- 16) **Vender por debajo de x:** *lo venden por debajo de su precio de mercado*
- 17) **Vender por encima de x:** *vender por encima del precio de mercado*

SUSTANTIVOS

- 18) **Altibajos del precio:** *los altibajos del precio del azúcar*
- 19) **Alza en el precio:** *otra alza en el precio del cilindro de gas*
- 20) **Bajada en el precio:** *una inminente bajada en el precio del dinero*
- 21) **Caída en el precio:** *la caída en el precio del seguro en términos reales*
- 22) **Descenso del precio:** *El descenso del precio del dinero en Alemania*
- 23) **Elevación del precio:** *la elevación del precio de nuestros azúcares*
- 24) **Escalada del precio:** *a pesar de las escaladas del precio del petróleo*
- 25) **Precio base:** *El precio base de Ford es de 32,305 dólares*
- 26) **Subida del precio:** *la subida del precio de los bonos*

ADJETIVOS

- 27) **Nivel máximo y mínimo del precio:** *el nivel máximo y mínimo del precio*
- 28) **Precio alto:** *los altos precios llevaron el precio de la divisa a 450 bolívares*
- 29) **Precio bajo:** *fue a un precio bastante bajo*
- 30) **Precio elevado:** *con el precio del petróleo tan elevado*
- 31) **Precio inferior:** *Telmex tiene un precio inferior al precio en que se*

**El uso de la metáfora orientacional en la descripción
de la variación de precios. Un estudio de corpus aplicado
a la enseñanza del español de los negocios**

privatizó

- 32) **Precio ínfimo:** *vendiesen dicha especie por un precio ínfimo*
33) **Precio superior:** *un precio de salida superior a los 4 millones de pesetas*
- MÁS ES EXPANSIÓN y MENOS CONTRACCIÓN

EXPRESIONES VERBALES

- 34) **Aumentar el precio:** *Podría aumentar precio de gas LPG*
35) **El precio aumenta:** *Si el precio aumenta, se habrá asegurado el precio*
36) **El precio crece:** *El precio del petróleo sí creció con claridad*
37) **El precio disminuye:** *Se prevé que el precio del frijol disminuya*
38) **El precio se incrementó:** *el precio se incrementó en 40 centavos*
39) **El precio se redujo:** *el precio se redujo a 4.700.000 pesos*
40) **Incrementar el precio:** *a incrementar el precio del dinero*
41) **Rebajar el precio:** *rebajar un poco más el precio oficial del dinero*
42) **Reducir el precio:** *reducir el precio de los combustibles*
43) **Reducir la diferencia de precio:** *La diferencia de precio se reduce el 46%*

SUSTANTIVOS

- 44) **Aumento de precio:** *...sufriría un aumento de precio*
45) **Incremento de precio:** *...concluyeron con incrementos de precio*
46) **Rebaja del precio:** *A cambio de la rebaja del precio de la luz*
47) **Recorte del precio:** *El precio cayó por recorte del precio del dinero*
48) **Reducción del precio:** *...la reducción del precio del dinero*
49) **Topes máximo y mínimo del precio:** *...marcan los topes máximo y mínimo*

ADJETIVOS

- 50) **Nivel máximo y mínimo del precio:** *el nivel máximo y mínimo del precio*
51) **Precio máximo y mínimo:** *marcan los topes máximo y mínimo del precio*
52) **Precio mayor:** *a pagar un mayor precio*
53) **Precio menor:** *se habrá asegurado el precio menor de compra*
54) **Precio reducido:** *en busca del precio más reducido posible*

- MÁS / MENOS ES MOVIMIENTO e INMUTABILIDAD ES ESTABILIDAD

EXPRESIONES VERBALES

- 55) **Alcanzar un precio:** *había alcanzado un precio de 18,94*
- 56) **Congelar el precio:** *Piden congelar el precio de la harina en USD 19*
- 57) **Descongelar el precio:** *el precio del crudo será descongelado*
- 58) **El precio alcanza x:** *el precio del petróleo ha alcanzado los niveles más altos*
- 59) **El precio está en x:** *el precio estimaba iba a estar en los 92 centavos de dólar*
- 60) **El precio excede de x:** *platos que no excedieron un precio de 20 bolivianos*
- 61) **El precio fluctúa entre x y x:** *El precio fluctúa entre un 6% y un 8%*
- 62) **El precio oscila entre x y x:** *el precio podría oscilar en un rango similar*
- 63) **El precio pasa a ser de x:** *el precio máximo pasa a ser de 127,9 pesetas.*
- 64) **El precio pasa de x a x:** *el precio del dólar pasó de Q 7.33 a Q 7.70,*
- 65) **El precio permanece en x:** *el precio permaneció en 1,996.80 puntos*
- 66) **El precio puede llegar a x:** *el precio podría llegar a los 87 centavos de dólar.*
- 67) **El precio ronda x:** *Su precio ronda los 120.000 pesos*
- 68) **El precio se coloca en x:** *el precio se colocó por debajo del último cierre*
- 69) **El precio se estabiliza:** *al estabilizarse el precio del petróleo*
- 70) **El precio se mantiene invariable:** *mantuvo invariable el precio del dinero*
- 71) **El precio se queda en x:** *El precio queda en 12,25 pesetas minuto*
- 72) **El precio se ubica en x:** *El precio anterior se ubicó en 348,55 dólares.*
- 73) **El precio sobrepasa x:** *También el precio del cobre sobrepasó lo esperado*
- 74) **El precio supera x:** *el precio final del lienzo podría superar la cifra*
- 75) **El precio va de x a x:** *un precio que va de 79 a 89 dólares*
- 76) **Establecer un nivel de precio:** *se establecerá un nivel de precio por Km.*
- 77) **Fijar el precio:** *una política de fijar el precio de los carburantes*
- 78) **Llevar el precio al nivel:** *llevarlo -el precio del crudo- a un nivel justo*
- 79) **Mantener un precio:** *los títulos mantengan su precio durante los dos años*
- 80) **Mantener un precio alto:** *mantenga un precio alto*
- 81) **Mantener un precio bajo:** *lo que interesa es mantener el precio alto*
- 82) **Partir con un precio de salida:** *parten con un precio de salida de 10 millones*

SUSTANTIVOS

- 83) **Precio base:** *El precio base de Ford es de 32,305 dólares*
- 84) **Precio de partida:** *el precio de partida del primer paquete del 25%*
- 85) **Precio de salida:** *El precio de salida es de 1.858.000 pesetas*
- 86) **Precio final:** *el precio final del lienzo podría superar la cifra*

87) **Precio inicial:** *Con un precio inicial de mil 100 dólares*

ADJETIVOS

88) **Precio fijo:** *vender algo en un lapso de tiempo especificado y a un precio fijo.*

5. Análisis y comentario de los resultados

Los datos generales muestran que la metáfora orientacional que cuenta con más tipos diferentes de expresiones metafóricas es la que sirve para expresar de forma general la variación o no variación de los precios (ver Gráfico 1): MÁS / MENOS ES MOVIMIENTO e INMUTABILIDAD ES ESTABILIDAD (34 expresiones metafóricas). Por otro lado, la metáfora orientacional específica con más expresiones metafóricas es la de MÁS ES ARRIBA y MENOS ES ABAJO (33 expresiones metafóricas). La metáfora MÁS ES EXPANSIÓN y MENOS ES CONTRACCIÓN es la cuenta con menos expresiones metafóricas (21).

El Gráfico 2 muestra que el recurso más empleado es la expresión verbal (63%), seguido de los sustantivos (23%). Una posible explicación a este bajo porcentaje de sustantivos podría deberse a que los textos que forman el corpus no representan textos altamente especializados, donde sí es más frecuente este recurso (Aguirre, 2012).

En cuanto a la representatividad de los recursos identificados, se puede observar a la luz de los resultados que ésta es notablemente alta. Según los esquemas orientacionales a los que hemos hecho alusión (arriba-abajo; centro-periferia; y movimiento-estabilidad) los precios pueden desplazarse en una u otra dirección, por lo que era esperable hallar expresiones para designar las variaciones en los precios tanto en una dirección como en otra. Por ejemplo *El precio sube* versus *El precio baja*. Sólo en el 10% de expresiones donde es posible dicha dicotomía, no la hemos encontrado. Son los siguientes casos: *Aplicar un alza en el precio*; *El precio alcanza un nivel alto*; *El precio está por debajo de un valor*; *El precio marca un máximo*; *El precio registra un descenso*; *El precio sufre una ligera alza*;

Descenso del precio; Precio reducido.

También es relativamente bajo el número de expresiones que *a priori* esperábamos hallar, pero que finalmente no hemos detectado. Una de las ausencias que más nos ha sorprendido es la relacionada con el verbo ‘avanzar’, cuya aparición en el corpus no se ha dado, a pesar de que la búsqueda en Google con el criterio “*Los precios avanzan*” arroja 89.000 resultados. También hemos echado en falta otras expresiones que nos parecen relevantes a la hora de hablar de la variación de magnitudes:

- Contener los precios / Contener el precio [591.000]⁴
- El precio está por las nubes / Los precios están por las nubes [20.100]
- El precio está por los suelos / Los precios están por los suelos [7.350]
- El precio se ha hundido / Los precios se han hundido [159.560]
- Rebasar el precio [46. 200]

Uno de los objetivos de esta investigación era la identificación y clasificación de las expresiones metafóricas. En relación a esta labor, hemos comprobado que en algunas ocasiones los límites entre un tipo de metáfora orientacional y otra no son tan nítidos. Por ejemplo, en el caso de las siguientes expresiones: *Niveles máximo y mínimo* y *Precio máximo y mínimo*. Por un lado, las podemos clasificar en la orientación expansión-contracción, así como arriba-abajo. En relación a ‘máximo’, según el DRAE equivale al superlativo de grande, lo que correspondería al esquema expansión-contracción. Sin embargo, ‘máximo’ se define al mismo tiempo como límite superior, siendo superior algo que está en lugar más alto. En cuanto a esta última acepción, un nivel o un tope es algo que suele asociarse con un plano vertical que sube o baja, como por ejemplo, el nivel del agua. Además, lo que está en lugar más alto se suele identificar con lo que está arriba. Parece, por tanto, que el concepto máximo denota tanto tamaño multidimensional, como ubicación en un plano vertical.

En cuanto a las expresiones verbales ‘vender por debajo de un valor’ y ‘vender por

encima de un valor’, se trata de un caso de elipsis en el que las expresiones completas serían ‘vender *a un precio* por debajo de un valor’ y ‘vender *a un precio* por encima de un valor’.

Una aclaración que consideramos pertinente es la referida a los tres siguientes verbos y a su clasificación: ‘exceder’, ‘sobrepasar’ y ‘superar’.

- ‘Exceder’: se ha incluido en la categoría de expansión-contracción ya que esta palabra es definida por la DRAE como “Dicho de una persona o de una cosa: Ser más grande o aventajada que otra”.
- ‘Sobrepasar’: significa rebasar un límite, lo cual consideramos que implica un movimiento. Por eso hemos decidido incluirla en la categoría de movimiento-estabilidad.
- ‘Superar’: lo mismo que en el caso anterior, ya que el DRAE lo equipara con ‘rebasar’, el cual, a su vez, significa exceder un límite.

Finalmente, otro aspecto interesante que señalan los resultados es la existencia de verbos de cambio o inmutabilidad que no necesariamente podrían clasificarse como verbos asociados a orientaciones espaciales, aunque en un sentido profundo puedan implicar movimiento: ‘reajustar’, ‘alterar’, ‘modificar’, ‘cambiar’, ‘variar’, ‘mudar’.

6. Implicaciones didácticas

Desde un punto de vista didáctico, y a la luz de los resultados obtenidos, estas son algunas sugerencias que proponemos:

- Dado el posible diferente nivel de los alumnos, el profesor deberá realizar una valoración inicial de los recursos más adecuados en cada caso. Según nuestra experiencia, los alumnos que han alcanzado un nivel B1 están preparados para comprender y usar los recursos expuestos en su dimensión

⁴ Entre corchetes se indica el número de resultados en el metabuscador Google.

gramatical, semántica y pragmática. En niveles inferiores, sugerimos seleccionar los recursos en función del nivel de competencia comunicativa del alumno.

- En general, los verbos que expresan variación-no variación de los precios son un elemento fundamental en los negocios, por lo que deberían ocupar un espacio propio en los cursos de español para usos profesionales. Sería de utilidad para el alumno conocer otras expresiones más allá de las recurrentes (subir y bajar).
- Con el fin de que el alumno sea expuesto a un lenguaje auténtico, aprovechar los corpus de textos reales para extraer ejemplos.
- Para aquellos profesores que dominan tanto la L1 como la LE, realizar análisis contrastivos entre las dos lenguas.

En un nivel más práctico, consideramos de utilidad las siguientes recomendaciones, las cuales vienen ilustradas con actividades que hemos implementado en nuestros cursos:

- De cara a facilitar la adquisición del léxico, recomendamos que los verbos y su sustantivación sean enseñados y practicados de forma conjunta. Por ejemplo, subir y subida; bajar y bajada; aumentar y aumento; etcétera. De cara a lograr la autonomía de los alumnos, sería preferente que a partir de una lista de verbos fueran ellos quienes utilizando obras de referencia pudieran buscar dichas sustantivaciones.
- Dado que las metáforas orientacionales están basadas en dominios origen ligados a esquemas orientacionales, es recomendable el uso de imágenes y representaciones abstractas que permitan al alumno asociar los verbos a una determinada orientación o movimiento. Algunos ejemplos de símbolos orientacionales podrían ser los siguientes: /, \, =, ^, v, ↑, ↓, ← y →.
- Hacer énfasis en la sinonimia, pues muchos verbos poseen el mismo significado (p. ej., subir, ascender, escalar, elevar,...). En este caso las actividades de substitución son de fácil creación para los docentes, ya que se pueden tomar ejemplos reales obtenidos de la prensa económica.

- Practicar por medio de ejercicios que vayan desde los más cerrados hasta las tareas más abiertas (p. ej., simulaciones). En este último sentido, sería positivo que el alumno contase con input auténtico como gráficos o tablas de precios donde aparezcan variaciones en los precios.
- Enseñar y practicar los valores gramaticales de 'se', especialmente el porqué de su ausencia (p. ej., *La crisis ø ha elevado el precio de algunos productos*) o presencia (p. ej., *El precio se ha elevado descontroladamente*). De igual forma, se aconseja la enseñanza y práctica de los posibles complementos de régimen verbal de algunos verbos (p. ej., *Fluctuar entre un 10% y 15% más*). En ambos casos, la creación de ejercicios de huecos es sencilla vaciando los términos meta del texto original.

7. Conclusión

El objetivo inicial de este estudio era desvelar qué recursos metafóricos posee el español para expresar la variación en los precios, y en concreto, qué tipos de metáforas orientacionales se muestran más útiles para ello. Los resultados han señalado que este tipo de metáfora representa un recurso clave para realizar dicha función comunicativa. Se ha identificado un total de 88 expresiones metafóricas en la forma de expresiones verbales, sustantivos y adjetivos, los cuales se han clasificado en función de tres tipos de orientaciones espaciales (verticalidad [arriba-abajo]; centro-periferia; y movimiento-estabilidad). Una de ellas, la más general, es la que expresa la variación o no variación de los precios por medio de un dominio origen ligado al movimiento y a la estabilidad: MÁS / MENOS ES MOVIMIENTO e INMUTABILIDAD ES ESTABILIDAD. Se ha podido observar que cuando un precio cambia, se mueve, y que cuando un precio no se altera, se mantiene inmóvil. Las otras dos metáforas orientacionales identificadas son las siguientes: MÁS ES ARRIBA y MENOS ES ABAJO, que constituye la más común, y por medio de la cual se expresa la variación de los precios por medio del esquema de verticalidad arriba-abajo; y MÁS ES EXPANSIÓN y MENOS ES CONTRACCIÓN, se basa en el esquema orientacional de centro-periferia.

Dada la frecuencia de estos recursos y sus características cognitivas y gramaticales, hemos abogado por trasladar los hallazgos al aula de español / LE para los negocios, y en concreto a la de español para los negocios. Para ello hemos realizado una serie de sugerencias, de entre las cuales consideramos de gran utilidad el uso de materiales basados en imágenes y en representaciones abstractas.

Bibliografía

- Acquaroni Muñoz, Rosana. “*La incorporación de la competencia metafórica (CM) a la enseñanza-aprendizaje del español como segunda lengua (L2) a través de un taller de escritura creativa: estudio experimental.*” Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid (UCM) (España). Consultado el 13/01/2015. Accesible en http://eprints.ucm.es/8598/1/T_30794.pdf.
- Aguirre Beltrán, Blanca. *Enseñanza y aprendizaje de lenguas para fines específicos*. Madrid: SGEL, 2012.
- Almendárez López, Isidro. “Modelos cognitivos como herramienta de trabajo en la clase de inglés.” En *Methodology and new technologies in Languages for Specific Purposes*. Eds. Santiago Posteguillo, Inmaculada Fortanet -Gómez y Juan Carlos Palmer. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I, 2001. 145-153.
- Barnbrook, Geoff. *Language and Computers: a Practical Introduction to the Computer Analysis of Language*. Edimburgo: Edimburgh University Press, 1996.
- Boers, Frank. “Enhancing metaphoric awareness in specialized reading.” *English for Specific Purposes* 19.2 (2000): 137-147.
- Charteris-Black, Jonathan. “Metaphor and vocabulary teaching in ESP economics.” *English for Specific Purposes* 19.2 (2000): 137-147.
- Charteris-Black, Jonathan y Ennis, Timothy. “A comparative study of metaphor in Spanish and English financial reporting.” *English for Specific Purposes* 20.3 (2001): 249-266.
- Cruz Piñol, Mar. *Lingüística de corpus y enseñanza del español como 2/L*. Madrid: Arco Libros, 2012.
- Cuenca, Maria Josep y Joseph Hilferty. *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona: Ariel, 1999.
- Danesi, Marcel. “The role of metaphor in second language pedagogy.” *Rassegna Italiana di Linguistica Applicata* 18.3 (1986): 1-10.
- Díaz, Hernán. “La perspectiva cognitivista.” En *Metáforas en Uso*. Ed. Mariana di Stefano. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2006. 41-62.
- Fang, Xin. “Conceptual Metaphor and Vocabulary Teaching in the EFL Context.” *Open Journal of Modern Linguistics* 4 (2014): 375-378.

- Farias, Emilia. M. P. y Lima, Paula Lenz Costa. "Metaphor and foreign language teaching." *DELTA: Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada*, 26 (2010): 453-477.
- Fuertes Olivera, Pedro A. "Metaphor and Translation: A case study in the field of economics." En *La traducción: orientaciones lingüísticas y culturales*. Eds. Purificación Nistal Fernández y José María Bravo Gozalo. Valladolid: Universidad de Valladolid, Servicio de Apoyo a la Enseñanza, 1998. 79-95.
- Gilarranz Lapeña, M. "La traducción de la metáfora en el lenguaje de la economía. Correspondencia en lenguas afines. Italiano – español." En *El español, lengua de traducción para la cooperación y el diálogo. Actas del IV Congreso El español, lengua de traducción*, Eds. Luis González y Pollux Hernández. Madrid: Esletra, 2010. 405-422.
- Godwin-Jones, Bob. "Emerging technologies: Tools and trends in corpora use for teaching and learning." *Language Learning and Technology* 5.3 (2012): 7-12.
- Gollin-Kies, Sandra, David R. Hall, and Stephen H. Moore. *Language for specific purposes*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire, New York: Palgrave Macmillan, 2015.
- Gómez de Enterría, Josefa. *El español lengua de especialidad: enseñanza y aprendizaje*. Madrid: Arco / Libros, 2009.
- Gómez Parra, Elena., Márquez Linares, Carlos. F. y Pérez Hernández, Chantal. "La metáfora en los clichés del mundo bursátil. Un estudio contrastivo inglés-español". *Paremia* 8 (1999): 237-242.
- Gutiérrez Pérez, Regina. "La metáfora en la enseñanza del español como segunda lengua." En *Actas del XV Congreso Internacional de ASELE*. Madrid: Instituto Cervantes, 2004. 444-448
- Hunston, Susan. *Corpora in applied linguistics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002.
- Irgl, Vladimir. "Synonymy in the Language of Business and Economics." En *Special Language: From Humans Thinking to Thinking Machines*. Eds. Christer Laurén y Marianne Nordman. Clevedon, England: Multilingual Matters Ltd. 1989. 275-282.
- Kaitian, Lu. "Metáforas en la enseñanza del español a alumnos chinos: propuestas didácticas para mejorar la conciencia y competencia metafórica." En *Actas del*

- II Congreso de Español como Lengua Extranjera en Asia-Pacífico (CE/LEAP)*. Coords. VV.AA. Manila: Instituto Cervantes y Embajada de España en Filipinas, 2011. 329-346.
- Keysar, Boaz y Bly, Bridget Martin. "Swimming against the current: do idioms reflect conceptual structure?" *Journal of Pragmatics* 31 (1999): 1559-1578.
- Koester, Almund. *Work place discourse*. London: Continuum, 2010.
- Lakoff, George y Johnson, Mark. *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press, 1980.
- Lakoff, George y Johnson, Mark. *Philosophy in the flesh: The embodied mind and its challenges to Western thought*. New York: Basic Books, 1999.
- Leech, Geoffrey. "The state of the Art in Corpus Linguistics." En *English Corpus Linguistics. Studies in Honour of Jan Svartvik*. Eds. Karin Aijmer y Bengt Altenberg. Londres: Longman, 1991. 8-29.
- LlopisGarcía, Reyes. *Gramática cognitiva para la enseñanza del español como lengua extranjera*. Madrid: Ministerio de Educación de España, 2011.
- Lowery, Denise. "Helping metaphors take root in the EFL classroom." *English Teacher Forum* 1 (2013): 12-17.
- Massimino, Horacio. *La metáfora vista desde la perspectiva cognitiva. Diferencias con la concepción clásica de la metáfora*, 2009. Consultado el 30/01/2015.
- Accesible en
http://www.centro-de-semiotica.com.ar/Massimino-La_metafora.htm
- Ortony, Andrew. "Why metaphors are necessary and not just nice." *Educational Theory* 24.1 (1975): 45-53.
- Orts, María Ángeles y &Rojo, Ana. "Metaphor framing in Spanish economic discourse: a corpus-based approach to metaphor analysis in the Global Systemic Crisis." En *A survey of corpus-based research*. Eds. Pascual Cantos Gómez y Aquilino Sánchez Pérez, 2009. 182-195.
- Parodi, Giovanni. "Discurso especializado y lingüística de corpus: Hacia el desarrollo de una competencia psicolingüística." *Revista Boletín de Lingüística* 22 (2005): 61-68.
- Partington, Alan. "A corpus-based investigation into the use of metaphor in British business Journalism." *ASp*, 7-10 (1995): 25-39.
- Parvaresh, Vahid. "Metaphorical Conceptualizations of an Adult EFL Learner:

- Where Old Concepts Are Impregnable.” *Novitas-ROYAL*, 2. 2 (2008): 154-151.
- Pérez Bernal, Marian. (2004). “Fraseología y metáfora: materiales para la enseñanza de la fraseología en una L2.” En *Actas del XV Congreso Internacional de ASELE*. Madrid: Instituto Cervantes, 646-654.
- Ramacciotti Giorgio, Sandra. “La metáfora en el discurso macroeconómico – sentido y expresividad.” *Debate Terminológico* 8 (2012): 65-79.
- Real Academia Española: Banco de datos (CORDE). *Corpus diacrónico del español*. Consultado el 16/02/2015. Accesible en <http://www.rae.es>
- Sanmartín Sáez, Julia. “Los usos figurados en la enseñanza del español como L2: Aspectos semánticos, pragmáticos y lexicográficos. El caso de las metáforas animales.” *Quaderns de Filologia. Estudis Lingüístics* 5 (2000): 277-294.
- White, Michael. “Metaphor and economics: the case of growth.” *English for Specific Purposes* 22.2 (2003): 131-151.