

Profesora de Realización y Producción en Medios Audiovisuales. Universidad de Alicante. Facultad de Económicas. 03080 Alicante.

Teoría Integrada de la Metáfora Visual

Integrated Theory of Visual Metaphor

Recibido: 1 de marzo de 2010

Aceptado: 30 marzo de 2010

RESUMEN: Para la Lingüística Cognitiva la metáfora es un recurso imprescindible del pensamiento que puede tener tanto manifestaciones verbales como no verbales. Sin embargo, gran parte del corpus en el que se basan es lingüístico. Por otro lado, es inexistente una teoría completa y unificada sobre la metáfora visual. En este artículo, se defiende que la metáfora visual tiene un origen conceptual y que debe integrarse en las teorías cognitivas sobre la metáfora.

Palabras clave: teoría metáfora visual, teoría metáfora primaria.

ABSTRACT: For Cognitive Linguistics metaphor is an essential resource of thought that can have verbal and non-verbal manifestations. However, the corpus focused is verbal basically. On the other hand, a comprehensive and unified theory of the visual metaphor does not exist. In this paper, I defend that visual metaphor has a conceptual origin and must be integrated into cognitive theories of metaphor.

Key words: Visual Metaphor Theory, Primary Metaphor Theory.

1. La Teoría integrada de la metáfora primaria

En 1980 Lakoff y Johnson publican *Metaphors We Live By*¹ donde afirman que la metáfora no es un recurso poético sino que impregna la vida cotidiana, el pensamiento y la acción hasta los más mínimos detalles. Desde entonces, la teoría de la metáfora conceptual ha sido modificada y perfeccionada por otras teorías complementarias como la teoría de la integración conceptual, la teoría de las metáforas primarias, la teoría neuronal y la teoría de la combinación. Lakoff y Johnson² proponen aunar todas estas teorías bajo el

¹ El título en castellano es *Metáforas de la vida cotidiana*.

² Cfr. LAKOFF, George y JOHNSON, Mark, *Philosophy in the Flesh, The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*, Basic Books, New York, 1999, pp. 46-47.

nombre de teoría integrada de la metáfora primaria. De forma resumida, en este paradigma una metáfora consiste en entender una cosa en términos de otra y se distinguen dos partes: el dominio origen y el dominio destino. La metáfora es conceptual y se manifiesta en distintas expresiones. Así, de la metáfora conceptual UN ARGUMENTO ES UNA GUERRA derivan expresiones metafóricas como “Ganó la discusión”, “Sus argumentos fueron *derribados*” o “*Defendía a capa y espada* sus ideas”³.

Se considera que existen dos grandes tipos de metáforas: las metáforas de correlación y las metáforas de familiaridad⁴. Las metáforas de correlación se forman al combinarse durante la infancia conceptos distintos que se encuentran juntos mientras que las metáforas de familiaridad tienen lugar por la asociación de conceptos que poseen alguna característica en común. Por ejemplo, la metáfora de correlación MÁS ES ARRIBA se manifiesta en “Los precios *han subido* en los últimos años”. En esta metáfora se relacionan cantidad con elevación ya que en la infancia observamos que una pila de objetos se eleva cuantos más elementos se añaden y así ambos conceptos quedan unidos a nivel neuronal. Sin embargo, en la metáfora de familiaridad “Aquiles es un león”, ni Aquiles ni el león comparten una experiencia sensorial común sino que son entidades separadas que poseen alguna característica que los une.

1.1. *Metáforas de correlación*

Dentro del grupo de metáforas de correlación se encuentran las metáforas primarias que se manifiestan en el lenguaje, el arte, los gestos o los rituales. Estas metáforas forman parte de nuestro inconsciente cognitivo, son inherentes al ser humano, consecuencia de la naturaleza del cerebro, el cuerpo y el mundo que habita. Se adquieren de forma automática y no se puede escapar de ellas. Además, como las experiencias corporales son universales, también lo son las metáforas primarias. Pero aunque universales, son aprendidas, no son innatas. El dominio origen de las metáforas primarias contiene una imagen⁵ que es la representación cognitiva de experiencias sensoriales, es

³ Se ha adoptado la convención de escribir en versalitas la metáfora conceptual y en cursiva la expresión metafórica.

⁴ Cfr. GRADY, Joseph, “A typology of motivation for conceptual metaphor: Correlation vs. resemblance”, en GIBBS R.W. y STEEN, G. (eds.), *Metaphor in Cognitive Linguistics*, John Benjamins, Amsterdam, 1999, pp. 79-100.

⁵ El concepto de “imagen” se entiende aquí en el sentido de Damasio. Este neurofisiólogo distingue dos tipos de imágenes, las imágenes perceptuales y las imágenes rememoradas. Las imá-

universal y tiene un significado particular en nuestra interacción con el mundo. El dominio origen de las metáforas primarias son esquemas de imágenes⁶, aunque no todos los esquemas de imágenes dan lugar a dominios origen de metáforas primarias. Por el contrario, el dominio destino de las metáforas primarias no contiene imagen y se refiere a unidades o parámetros básicos de funciones cognitivas que son accesibles de forma consciente. Por ejemplo, en la metáfora primaria LA CANTIDAD ES ELEVACIÓN VERTICAL, el dominio origen (ELEVACIÓN VERTICAL) contiene una imagen que responde a una percepción visual mientras que el dominio destino (CANTIDAD) carece de esa imagen, es un término más abstracto que elevación pero es una unidad básica cognitiva. Se manipulan cognitivamente mejor los conceptos que poseen imágenes, por lo que es difícil pensar en cantidad sin activar la imagen de elevación o pensar en similitud sin asociarlo a cercanía. En resumen, las metáforas primarias son necesarias para nuestro pensamiento.

Las metáforas primarias no se pueden descomponer y forman metáforas complejas mediante distintos mecanismos como el *blend*⁷. A su vez, las metáforas complejas pueden formar otras metáforas complejas. Las ventajas de la unidad de análisis de las metáforas primarias son numerosas: explican qué elementos del dominio origen son proyectados sobre el dominio destino y por qué, facilitan el estudio de las proyecciones metafóricas y de la relación entre metáforas complejas y, sobre todo, conducen la mirada sobre el origen de las metáforas a la experiencia sensorial. Por ejemplo, la expresión metafórica *techo de cristal* se origina porque se activan tres metáforas primarias: CONOCER ES VER, ESTATUS ES ELEVACIÓN VERTICAL, LOS PROPÓSITOS SON DESTINOS. La metáfora ESTATUS ES ELEVACIÓN VERTICAL da lugar a *techo* y así decimos de alguien que ha alcanzado su máximo

genes perceptuales son las que se construyen en el cerebro a partir de datos sensoriales y las imágenes rememoradas son las que aparecen al evocar un recuerdo. Ambos tipos, sin embargo, son construcciones cognitivas y no se refieren solamente a la visión. Ver DAMASIO, Antonio, *Descartes's error*, Grosset-Putman, New York, 1994.

⁶ Un esquema de imagen se define como patrón recurrente que se origina por nuestras sensaciones corporales. Ejemplos de esquemas de imágenes son ATRACCIÓN o COACCIÓN. Ver JOHNSON, Mark, *The body in the mind. The Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason*, The University of Chicago Press, Chicago, 1987.

⁷ El *blend* o espacio combinado es una operación cognitiva definida por Turner y Fauconnier que consiste en la fusión de espacios mentales. Para el significado del concepto ver: TURNER, Mark y FAUCONNIER, Gilles, "Conceptual Integration and Formal Expression", *Metaphor and Symbolic Activity*, vol. 10, n° 3, 1995, pp. 183-203. Para el *blend* como mecanismo de formación de las metáforas complejas ver GRADY, Joseph, "Primary metaphors as input to conceptual integration", *Journal of Pragmatics*, 37, 2005, pp. 1595-1614.

nivel laboral que “ha tocado *techo*”. La metáfora CONOCER ES VER origina cristal por dos motivos: por un lado, deja ver y por otro lado es invisible. *El techo de cristal* deja ver lo que hay arriba pero al mismo tiempo es una barrera invisible contra la que no se puede actuar. Si la imagen de alguien que quiere ascender en su vida profesional (LOS PROPÓSITOS SON DESTINOS + ESTATUS SOCIAL ES ELEVACIÓN VERTICAL) se une con la de alguien que encuentra una barrera desconocida (CONOCER ES VER) que le impide llegar al destino pero que al mismo tiempo permite vislumbrarlo, se obtiene la expresión metafórica *techo de cristal*⁸.

1.2. Metáforas de familiaridad

Las metáforas de familiaridad constituyen un grupo heterogéneo y todavía mal estudiado donde se incluyen todas aquellas metáforas que, aun siendo conceptuales, no tienen un origen sensomotor. Pertenecerían a este grupo, las metáforas de imagen⁹ caracterizadas por la proyección de estructuras de una imagen mental en otra. Mientras una metáfora de correlación proporciona un patrón para un sistema de expresiones, una metáfora de imagen es una expresión metafórica única basada en correspondencias entre facetas perceptivas del dominio origen y el dominio destino. Un ejemplo de este tipo de metáfora se encuentra en este verso del poema de Breton “My wife [...] whose waist is an hourglass”¹⁰ donde se superpone una imagen mental de una mujer con otra imagen mental de un reloj de arena.

2. La metáfora visual

Los estudios sobre la metáfora en la imagen son heterogéneos pero abundan fundamentalmente en el ámbito de la publicidad y en el del cine. No hay unanimidad en cuanto a la denominación y podemos encontrarnos con los

⁸ Este ejemplo se recoge en GRADY, Joseph, *Foundations of meaning: Primary Metaphors and Primary Scenes*, tesis doctoral de la Universidad de California, Berkeley, 1997.

⁹ LAKOFF, George, “Image Metaphors”, *Metaphor and symbolic activity*, 2 (3), 1987, pp. 219-222.

¹⁰ El verso corresponde al poema “L’Union libre” (en *Claire de terre*, 1931). El idioma original es francés pero Lakoff lo cita en la versión en inglés y es la versión que se maneja en la bibliografía.

términos metáfora visual¹¹, metáfora pictórica¹², metáfora fílmica¹³, cine-metáfora¹⁴, metáfora cinemática¹⁵, metáfora multimedia¹⁶ o metáfora monomodal y multimodal¹⁷. El término metáfora pictórica se suele emplear para las imágenes estáticas mientras que metáfora fílmica, cine-metáfora y metáfora cinemática se refieren a las metáforas que tienen lugar en cine. Metáfora visual es el nombre más amplio ya que incluye tanto imágenes estáticas como en movimiento independientemente del medio en el que se han generado. La última propuesta de Forceville pretende abarcar todas las manifestaciones metafóricas. Así, son metáforas monomodales aquellas que se manifiestan en una única modalidad de información como las metáforas verbales, las metáforas visuales o las metáforas olfativas. Por su parte, las metáforas multimodales son las que tienen lugar en varias modalidades como las metáforas audiovisuales, verboaudiovisuales, etcétera.

A la metáfora visual se han acercado historiadores del arte, psicólogos, lingüistas, teóricos del cine, realizadores o filósofos. A pesar de las diferencias, podemos clasificar a los autores en tres tipos: los que conciben la metáfora como una figura verbal pero niegan la presencia de la metáfora en la imagen, los que consideran que la metáfora visual existe pero que es una traducción de la metáfora verbal y, por último, los que defienden que la metáfora es anterior al lenguaje y de este modo legitiman la metáfora visual. Estas tres concepciones no son cronológicas sino que se van alternando. A continuación ofrecemos por orden cronológico las aportaciones más significativas.

¹¹ Cfr. CARROL, Noël, "Visual Metaphor", en HINTIKKA, Jaakko (ed.), *Aspects of Metaphor*, Kluwer Academic Publisher, Dordrecht, 1994, pp. 189-223.

¹² Cfr. FORCEVILLE, Charles, *Pictorial Metaphor in Advertising*, Routledge, London, 1998.

¹³ Cfr. WHITTOCK, Trevor, *Metaphor and Film*, Cambridge University Press, Cambridge, 1990.

¹⁴ Cfr. EIKHENBAUM, Boris, "Problemas de cine-estilística", en ALBERA, François (comp.), *Los formalistas rusos y el cine. La poética del filme*, Paidós, Barcelona, 1998, pp. 45-75.

¹⁵ Cfr. GIANNETTI, Louis D., "Cinematic Metaphors", *Journal of Aesthetic Education* 6 (4), 1972, pp. 46-91.

¹⁶ Cfr. FORCEVILLE, Charles, "The Metaphor COLIN IS A CHILD in Ian McEwan's, Harold Pinter, and Pauls Schareder's *The Comfort of Strangers*", *Metaphor and Symbol*, 14 (3), 1999, pp. 179-198.

¹⁷ Cfr. FORCEVILLE, Charles, "Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas to research", en KRISTIANSSEN, Gitte y otros (eds.), *Cognitive Linguistics: Current Applications and Future Perspectives*, Mouton de Gruyter, Berlin/New York, 2006, pp. 379-402.

2.1. Eikhenbaum (1927)

La primera mención a la existencia de una metáfora en la imagen la encontramos dentro del formalismo ruso con Eikhenbaum¹⁸ quien propone el término de cine-metáfora y afirma que sólo es posible si se fundamenta en una metáfora verbal. Por tanto, el espectador puede entenderla si su bagaje léxico se lo permite. Por ejemplo, así como la palabra “caída” puede entenderse metafóricamente, algunos planos cinematográficos de caídas no son literales sino figurados. Eikhenbaum augura un gran futuro al cine-metáfora a partir de procedimientos como el uso de los ángulos de cámara, la iluminación, etcétera. El problema, dice, es que la metáfora visual nunca podrá ir más allá de la metáfora verbal.

2.2. Eisenstein (1937)

Para Eisenstein¹⁹ una puesta en escena adecuada debería cumplir dos condiciones: no debe contradecir el comportamiento aceptado como normal y en su estructura debe haber un esquema gráfico de lectura metafórica que defina su significado. Por ejemplo, la puesta en escena de una persecución debe plasmar visualmente la existencia de dos masas diferenciadas moviéndose en un mismo sentido o la puesta en escena de una barricada debe incluir elementos dispuestos en línea quebrada:

Así, el movimiento lineal y la disposición espacial de la mise en scène acaban siendo una metáfora “convertida”. Al trasladar la connotación del contenido psicológico de la escena a la mise en scène, el proceso de escenificación, digámoslo así, ha provocado una inversión del sentido metafórico hacia lo no metafórico, primario, inicial. Digo bien “inversión” porque sabido es ¿de hecho el propio sentido de la palabra “metafórico” (del griego μετα-φοδ=transporte) no deja de recordárnoslo? que las connotaciones metafóricas figuran en una fase anterior como acciones directamente físicas (“Me siento atraído por usted”, “Me inclino ante usted”, etc.)²⁰.

¹⁸ Cfr. EIKHENBAUM, Boris, *op. cit.*

¹⁹ Cfr. EISENSTEIN “Montaje 1937”, en GLENNY, Michael y TAYLOR, Richards (coeds.), *Hacia una Teoría del Montaje*, Paidós, Barcelona, 2001.

²⁰ EISENSTEIN, *op. cit.*, p. 47.

2.3. Gombrich (1952-1972)

Gombrich²¹ se adelanta en muchos aspectos a la teoría cognitiva de la metáfora. Se aleja de la noción aristotélica de la metáfora como transferencia y la entiende como un indicador de un vínculo. Considera que nuestro lenguaje está plagado de metáforas y que son indispensables para la mente humana. Analiza un tipo de metáfora que le llama la atención y que denomina “metáfora natural o universal”²². Este tipo de metáfora surge de la elasticidad de la mente humana, de su capacidad de percibir y asimilar. Por ejemplo, el uso de lo luminoso, de lo resplandeciente como metáfora de lo divino es casi universal en el arte religioso. La luz es la metáfora común para lo bueno, lo bello, lo positivo mientras que la oscuridad lo es para lo malo, lo feo, lo negativo. Otro tipo de metáforas son las “patéticas o fisiognómicas”²³ porque trasvasan un estado de ánimo a un fenómeno. El sol es amable y la lluvia hostil, el sol es alegría y plenitud, la lluvia es tristeza y melancolía. Este fluir de una modalidad sensorial a otra, de crear sinestesias, es una de las propiedades básicas de la metáfora. La sinestesia conecta nuestras experiencias interiores con las impresiones del mundo exterior pero sin una transferencia consciente. De esta forma se unen, por ejemplo, lo oscuro y lo grave. Esta capacidad de trasladar nuestras reacciones básicas biológicas, como el gusto por la luz, a otro orden es lo que otorga a la obra de arte su carácter metafórico y convierte al artista en un forjador de metáforas que invita al espectador a ver la realidad de otra manera.

2.4. Martin (1955)

Martin²⁴ afirma que, a pesar de la apariencia de realidad de la imagen cinematográfica, puede haber metáforas y símbolos. Denomina metáfora a la yuxtaposición de dos imágenes, la primera generalmente diegética y la segunda metafórica, que producen al espectador una determinada impresión de lo que quiere expresar el director. Por el contrario, el símbolo no surge del contraste entre dos imágenes sino que tiene lugar dentro de una misma ima-

²¹ Gombrich trata la metáfora visual de forma dispersa en sus escritos. Afortunadamente, sus aportaciones se recogen en LORDA IÑARRA, Joaquín, *Gombrich. Una Teoría del arte*, Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid, 1991, pp. 221-473.

²² LORDA IÑARRA, Joaquín, *op. cit.*, p. 234.

²³ LORDA IÑARRA, Joaquín, *op. cit.*, p. 235.

²⁴ Cfr. MARTIN, Marcel, *La estética de la expresión cinematográfica*, Rialp, Madrid, 1962.

gen. Tanto en la metáfora como en el símbolo, Martin establece grados de mayor a menor intensidad o pureza. El nivel plástico es inferior ya que tiene que ver con alguna similitud externa mientras que el nivel simbólico es superior porque el autor expresa su concepto del mundo. En medio se encuentra el nivel dramático donde hay algún vínculo con la historia.

2.5. Mitry (1963)

Mitry²⁵ trata brevemente la metáfora a la que considera esporádica en el cine. Considera que la metáfora en el cine es muy distinta a la metáfora en el lenguaje porque en este último hay una sustitución analógica mientras que en la pantalla sólo puede haber una comparación. La mayoría de las metáforas cinematográficas se basan en sinécdoques por lo que se encuentran más cerca de la metonimia (que procede por contigüidad) que de la metáfora (que procede por sustitución). En resumen, la metáfora en el cine es una forma particular de metonimia.

2.6. Aldrich (1968)

Aldrich²⁶ reivindica la existencia de la metáfora visual considerando que la metáfora también tiene lugar fuera del lenguaje. Esta figura se caracteriza por el *seeing as*²⁷. La composición muestra la metáfora de una forma ampliada y su propósito es alertar sobre los mismos elementos que la originan. El autor propone tres conceptos que interactúan para producir una metáfora: el material (color, texturas, líneas, masas, formas, etcétera), el tema (lo retratado) y el contenido (el resultado entre el material y el tema). Uno de los ejemplos analizados es el cuadro de Kokoschka titulado *Courmayeur et les Dents des Géants* donde se ven unos tejados picudos contra unas montañas. Por la disposición de los elementos, montañas y tejados se funden en una metáfora que verbalmente podría ser “El tejado es una parte de la montaña”. Es decir, para Aldrich la metáfora visual tiene lugar mediante la expresión formal. El tejado está pintado de forma que parece una montaña, se identifican tejado y montaña porque ambos han sido pintados de una forma similar.

²⁵ Cfr. MITRY, Jean, *Estética y psicología del cine 2. Las formas*, Siglo XXI, Madrid, 1978.

²⁶ Cfr. ALDRICH, Virgil C., “Visual Metaphor”, *Journal of Aesthetic Education*, 2, 1968, pp. 73-86.

²⁷ En castellano: ver como.

2.7. Dart (1968)

Dart²⁸ rebate a los que argumentan que las imágenes son un trasunto de la realidad y que no puede tener un significado figurado. Afirma que en una metáfora verbal tiene lugar un proceso de tres pasos: el procesamiento literal, el reconocimiento de la incongruencia y la reinterpretación figurada. En el cine, aunque cada plano mantiene su identidad literal debido a su apariencia de realidad, se pueden construir metáforas mediante el montaje. Para que estos planos se entiendan como figurados necesitan marcar su intención, lo que se consigue, por ejemplo, mediante posiciones de cámara inusuales, planos picados o contrapicados, planos encuadrados con objetos significantes al fondo con los que el personaje es comparado o planos tomados con un obvio escorzo de la perspectiva. Si el espectador reconoce la incongruencia, asume que es intencionada y la resuelve figuradamente.

2.8. Laurot (1970)

Laurot²⁹ se propone distinguir entre metáfora cinemática y símbolo con el siguiente ejemplo. Para expresar de forma simbólica la afirmación “En América, los únicos templos reales son bancos”, un director como Buñuel pondría unas telas, unas cruces, algún elemento eclesástico, música religiosa, etcétera. Es decir, añadiría al banco elementos que normalmente no le pertenecen. Por el contrario, para decir lo mismo metafóricamente se usaría el ángulo de cámara, la iluminación, la composición, el encuadre o la tonalidad, se vería una imagen con apariencia de banco pero que en realidad es un templo, a través de lo visible se alcanzaría lo invisible.

2.9. Metz (1975)

Metz³⁰ aborda el tema de la metáfora fílmica diciendo que no comparte la idea de distinguir entre metáforas vivas y metáforas fósiles. Se anticipa a la

²⁸ Cfr. DART, Peter, “Figurative Expression in the Film”, *Speech Monographs*, (35), 1968, pp. 170-174.

²⁹ Cfr. LAUROT, Yves de, “From Logos to Lens”, en NICHOLS, Bill Nichols (ed.), *Movies and Methods. An Anthology*, vol. 1, University of California University Press, California, 1976, pp. 578-582.

³⁰ Cfr. METZ, Christian, *El significante imaginario: Psicoanálisis y cine*, Paidós, Barcelona, 2001, pp. 139-273.

teoría cognitiva de la metáfora cuando dice que excluir “hoja de papel” de las figuras porque ya no se percibe como tal es una convención que no comparte. También al afirmar que las figuras no son adornos sino que se remontan al origen mismo del habla, que los sentidos figurados son anteriores a los sentidos propios porque las primeras palabras sólo pudieron surgir de una asociación simbólica que luego se estabilizó en “alguna variante salvaje de la metáfora o de la metonimia”³¹.

Metz distingue cuatro grandes tipos de encadenamientos textuales en cine. En la *metáfora puesta en sintagma* dos elementos del discurso audiovisual se asocian por semejanza o por contraste. Un ejemplo se encuentra en *Modern Times/Tiempos Modernos* (Chaplin, 1935) cuando se funde el rebaño de ovejas con la muchedumbre. Por el contrario, en la *metáfora puesta en paradigma* sólo uno de los dos elementos del discurso audiovisual aparece, el término presente y el término ausente se asocian por semejanza o contraste como cuando el fuego es metáfora de la pasión amorosa. Por otro lado, en la *metonimia puesta en paradigma* un elemento excluye a otro en virtud de su contigüidad. Así sucede en *M-Eine Stadt einen Mörder/M, el vampiro de Düsseldorf* (Lang, 1931) donde se muestra un globo atrapado por unos cables eléctricos evocando lo sucedido con la niña. Por último, en la *metonimia puesta en sintagma* los dos elementos se encuentran presentes y su relación es de contigüidad y así en *M, el vampiro de Düsseldorf* se ve la pelota en lugar de la niña que juega con ella.

Según este autor, hay muchas metáforas fílmicas que se apoyan en una metonimia o sinécdoque subyacente y le da la razón a Mitry cuando dice que muchas supuestas metáforas fílmicas son en realidad metonimias. Aunque, en definitiva, “cada figura no es más que la culminación de un recorrido, y no necesariamente de uno sólo”³².

2.10. Giannetti (1972, 1975)

Giannetti³³ es un firme defensor de la metáfora visual aunque no formula una teoría al respecto sino que enumera distintos ejemplos. Tiene la precaución de distinguir entre metáfora y símbolo aunque, a veces, los utiliza de forma indistinta. Un símbolo, dice, es algo que representa más de lo que parece.

³¹ Cfr. METZ, Christian, *op. cit.*, p. 147.

³² METZ, Christian, *op. cit.*, p. 184.

³³ Cfr. GIANNETTI, Louis D., “Cinematic Metaphors”, *op. cit.* Ver también GIANNETTI Louis D., *Godard and Others. Essays on Film Form*, Tantivy Press, London, 1975.

Por ejemplo, la palabra Rosebud en *Citizen Kane/Ciudadano Kane* (Welles, 1940) simboliza la inocencia perdida de la infancia. La iluminación, los objetos, los trajes o el escenario pueden explotarse con propósitos simbólicos. Por el contrario, la metáfora es una comparación de algún tipo que no es literalmente cierta y nos causa un efecto de incongruencia.

Este autor adopta el término de metáfora cinemática para hablar de las metáforas expresadas por el movimiento aunque también trata otros procedimientos como el montaje, el encuadre, el sonido, las distorsiones y los efectos de postproducción. Una muestra de metáfora cinemática se encuentra en *Braveheart* (Gibson, 1995) cuando en la muerte del héroe se explotan los movimientos descendentes. El movimiento puede ser también usado para sugerir otras ideas y emociones. Por ejemplo, el éxtasis y la alegría se expresan a menudo con movimientos expansivos mientras que el miedo se traduce en una variedad de movimientos tentativos y temblorosos, o el erotismo mediante movimientos ondulantes. La aceleración, la ralentización, la inversión o la congelación pueden ser una fuente de metáforas. La cámara lenta reproduce los movimientos como una especie de grácil danza onírica mientras que la cámara rápida se asocia con el caos, la falta de control y lo mecánico.

2.11. *Pryluck* (1976)

Pryluck³⁴ reconoce que las imágenes en movimiento pueden ser manipuladas de forma similar a las palabras para formar metáforas. Un plano se sitúa al lado de otro sin ninguna conexión y da lugar a una metáfora al igual que sucede en la palabra. Sin embargo, la sintaxis limita las metáforas verbales pero en el cine no hay restricciones. Mientras que en el lenguaje la metáfora es unidireccional, se percibe una cosa en términos de otra, en el cine se pueden encontrar ejemplos tanto unidireccionales como bidireccionales. En el filme *Oktiabr/Octubre* (Eisenstein, 1927) hay unidireccionalidad cuando se intercalan imágenes de uno de los villanos con las de la estatua de una mujer que lleva una guirnalda como si lo fuera a coronar pero hay bidireccionalidad en el montaje de las imágenes de un Cristo Barroco junto con las de un ídolo esquimal. En resumen, para Pryluck las metáforas verbales fluyen en una dirección debido a la sintaxis mientras que en el cine las imágenes pueden modificarse unas a otras en diferente sentido.

³⁴ Cfr. PRYLICK, Calvin, "The Film Metaphor-Metaphor: The Use of Language-Based Models in Film Study", *Literature/Film Quarterly*, 2, 1975, pp. 117-123.

2.12. Carroll (1980, 1994, 1996)

Carroll distingue entre imágenes verbales³⁵ y metáforas visuales³⁶. Son imágenes verbales aquellas imágenes que se basan en traducciones literales de expresiones verbales existentes en la lengua del realizador del filme incluyendo las metáforas fósiles, los proverbios o los clichés. Por ejemplo, los contrapicados en *Der Letzte Mann/El último* (Murnau, 1924) son imágenes verbales de esplendoroso mientras que los picados lo serían de degradante. Por otro lado, la metáfora visual prototípica es aquella que se caracteriza por la *homospaciality* definida como los elementos que componen la metáfora y que coexisten en el mismo espacio. Estos elementos unificados en una nueva entidad no se pueden descomponer:

La homoespacialidad, en este sentido, es una condición necesaria para la metáfora visual. Sirve para unir físicamente categorías dispares en una metáfora visual de forma funcionalmente equivalente a como se unen gramaticalmente categorías dispares en la metáfora verbal³⁷.

El autor utiliza la terminología de la lingüística cognitiva *target domain/source domain*³⁸ y afirma que la imposible descomposición de los elementos por la homoespacialidad invita al espectador a ver una de las categorías que proporciona el dominio origen en términos del dominio destino o como una oportunidad de ver cada dominio alternativamente como origen o como destino. Un ejemplo de homoespacialidad aparece en *Le Viol* (Magritte, 1934). Los elementos constituyentes de la imagen (el cuerpo desnudo de una mujer, el rostro) coexisten en un mismo espacio y podemos ver el cuerpo como una cara (los ojos son pechos, la boca es el pubis) o la cara como un cuerpo (los pechos son ojos, el pubis es una boca). Para Carroll se trata de la metáfora EL CUERPO ES UNA CARA o LA CARA ES UN CUERPO ya

³⁵ Cfr. CARROLL, Noël, "Language and Cinema: Preliminary Notes for a Theory of Verbal Images", *Millennium Film Journal*, 7/8/9, 1980, pp. 186-217.

³⁶ Cfr. CARROLL, Noël, "Visual Metaphor", *op. cit.* Ver también, CARROLL, Noël, *Theorizing the movie image*, Cambridge University Press, Cambridge, 1996, pp. 212-223.

³⁷ CARROLL, Noël, "Visual Metaphor", *op. cit.*, p. 198. La traducción es mía. La cita original dice: "Homospaciality, in this sense, is a necessary condition for visual metaphor. It serves to link disparate categories in visual metaphors physically in ways that are functionally equivalent to the way that disparate categories are linked grammatically in verbal metaphor".

³⁸ Una traducción que se maneja en castellano de estos términos es la de "dominio origen/dominio destino".

que las metáforas visuales pueden ser a menudo susceptibles de interpretaciones simétricas o reversibles. Existen imágenes homoespaciales que, sin embargo, no son metáforas visuales como, por ejemplo, *Le Libraire* (Arcimboldo, 1566). Las razones que aduce Carroll es que la imagen homoespacial metafórica debe ser intencionada y poseer un valor heurístico que facilite al espectador, o al menos al espectador ideal, el vínculo o aprehensión de los hechos, le invite a hacer descubrimientos mediante los elementos descomponibles, le induzca a proyectar los aspectos del dominio origen en el dominio destino. Para que la homoespacialidad sea metafórica es necesario tener en cuenta el contexto de la imagen y la intención con la que el autor la ha realizado. Es posible que exista homoespacialidad pero que el propósito del autor o el contexto no permitan que la imagen se entienda como metafórica. Por ejemplo, en las películas de terror o de ciencia-ficción podemos encontrar imágenes como *Le Viol* pero el contexto fantástico las puede justificar como literales. Esto no quiere decir que no existan imágenes homoespaciales metafóricas en este tipo de películas. En *Metropolis/Metrópolis* (Lang, 1926), la máquina se transforma en el dios antropófago Moloch mediante un fundido y durante unos instantes coexisten en una misma imagen los elementos del monstruo y de la máquina en la metáfora LAS MÁQUINAS MODERNAS SON MONSTRUOS QUE COMEN HUMANOS.

2.13. Kennedy (1982, 2008)

Kennedy³⁹ afirma que muchos mecanismos retóricos pueden tener manifestaciones pictóricas o visuales. Este autor considera la metáfora como sinónimo de tropo y bajo este término enumera diecisiete figuras retóricas lingüísticas con manifestaciones visuales entre las que se encuentran la alegoría, el eufemismo, la personificación o la catacrexis. Además, encuentra recursos pictóricos metafóricos que no tienen equivalencia en el lenguaje. Por ejemplo, los modos estándar de representación que se entienden como literales pueden ser violados intencionadamente dando lugar a una anomalía interpretable como figura deliberada. Es el caso de las *pictorial rune*, elementos gráficos que modifican la representación literal de un objeto y muestran as-

³⁹ Cfr. KENNEDY, John M., "Metaphor in pictures", *Perception*, 11, 1982, pp. 589-605. Ver también, KENNEDY, John M., "Metaphor and Art", en GIBBS, Raymond W. (ed.), *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, Cambridge University Press, New York, 2008, pp. 462-482.

pectos difíciles de expresar de otro modo. Los artistas utilizan estas runas para transmitir emociones o conceptos de forma metafórica como las espirales de los ojos para transmitir ansiedad o las líneas curvadas para el mal olor.

2.14. *Clifton (1983)*

Clifton⁴⁰ se propone indagar sobre la existencia de las figuras en el cine a través de más de mil seiscientos ejemplos pertenecientes a más de setecientas películas aunque algunos de los ejemplos citados pueden pertenecer a diferentes categorías al mismo tiempo y muchos son confusos. Este autor considera que la forma es una herramienta para expresar el contenido y que las figuras fílmicas no son dependientes de las figuras verbales. Sin embargo, casi toda la terminología que emplea proviene de la retórica verbal distinguiendo cinco grandes tipos: figuras de asociación, figuras de semejanza, figuras de contraste, figuras de omisión y figuras de secuencia. La metáfora se incluye dentro de las figuras de la semejanza. Los dos términos de la metáfora son la imagen de la pantalla (imagen) y un evento o idea con la que se compara (glosa). Las dos partes se encuentran tan interconectadas que separarlas requiere tiempo y concentración, según Clifton. En el cine existen también metáforas muertas como, por ejemplo, los planos picados y contrapicados. Considera que una metáfora está muerta cuando ha sido muy utilizada como sucede con el pájaro que se eleva en el cielo como metáfora de que alguien ha fallecido, las hojas del calendario que vuelan como metáfora del paso del tiempo o el encuadre cerrado como metáfora de aprisionamiento físico o mental.

Las formas mediante las que podemos expresar una metáfora fílmica no son exclusivas y se pueden encontrar en otras artes. Entre otras, Clifton distingue metáforas expresadas por la iluminación, metáforas expresadas por el movimiento, metáforas expresadas por montaje o metáforas expresadas por sonido. Para Clifton, en todos los casos de metáfora se presume la intencionalidad del director ya que ha diseñado de modo preciso y deliberado lo que el espectador va a ver. Por otro lado, debe quedar claro por el contexto que la lectura debe ser metafórica. Por ejemplo, si el estilo del film o de la obra del director en general no es dado a la metáfora, sería muy arriesgado buscar tal lectura.

⁴⁰ Cfr. CLIFTON, N. Roy, *The Figure in Film*, Associated University Presses, London, 1983.

2.15. *Johns (1984)*

Johns⁴¹ trata de identificar los mecanismos metafóricos en el ámbito visual. Subraya el carácter deliberado de la metáfora y la necesidad de una especie de alfabetización visual para poder reconocerla. Su premisa básica es que la metáfora visual es una yuxtaposición de elementos familiares de una forma poco familiar que conecta ideas desvinculadas con anterioridad. Esta propuesta la retoma Johns de autores como Black o Eco aunque es la gramática generativa de Chomsky la que le resulta más útil para entender la metáfora visual. A través de cuarenta y cuatro ejemplos, Johns ilustra varios tipos de tropos visuales como la hipérbole, el símil, la metáfora, la metonimia, la personificación o la sinécdoque pero no enuncia una teoría firme y es difícil generalizar a partir de los ejemplos dados. En resumen, define a la metáfora como el ensamblaje de fragmentos en un todo unificador mediante las operaciones del encuadre, el aislamiento y la yuxtaposición.

2.16. *Wollheim (1987)*

Wollheim⁴² afirma que los rasgos más importantes de la metáfora lingüística se dan también en la metáfora pictórica. Si la metáfora lingüística no exige que las palabras pierdan su sentido normal, el significado representacional de una metáfora pictórica tampoco. Si la metáfora lingüística no necesita que exista un nexo especial entre las palabras de la metáfora y la cosa metaforizada, este carácter se encuentra presente también en la pintura. El objetivo tanto de la metáfora lingüística como de la metáfora pictórica es poner bajo una nueva luz lo metaforizado.

2.17. *Hausman (1989)*

Hausman⁴³ defiende que la metáfora pueda darse tanto en las artes verbales como en las no verbales y que los componentes de la metáfora verbal son operativos también en las artes no verbales. Empieza definiendo el símbolo

⁴¹ Cfr. JOHNS, Bethany, "Visual Metaphor: Lost and Found", *Semiotica*, 52, 3/4, 1984, pp. 291-333.

⁴² Cfr. WOLLHEIM, Richard, *La pintura como arte*, Visor, Madrid, 1997, pp. 357-420.

⁴³ Cfr. HAUSMAN, Carl R., *Metaphor and Art: Interactionism and Reference in the Verbal and Nonverbal Arts*, Cambridge University Press, Cambridge, 1989.

como un signo construido que es independiente del elemento a que se refiere y que, al contrario que una metáfora, se puede desplazar y repetir. Sin embargo, una metáfora frecuente es una metáfora muerta. Este autor entiende el concepto de metáfora en general, sin hacer distinciones entre metonimia, sinécdoque, oxímoron, etcétera. Opina que tales distinciones constriñen a la metáfora a un tipo de comparación, lo cual rechaza totalmente. Además, no se puede decir si una metáfora es verdadera o falsa aunque se puede afirmar si es adecuada o no por cuanto contribuye en algo a nuestro entendimiento y percepción del mundo. Esto es lo que une la metáfora con el arte, porque el arte tampoco puede explicarse en términos de verdad o falsedad sino en qué contribuye a cambiar o modificar nuestro concepto sobre la realidad. En una pintura puede haber elementos que funcionen como términos que interactúan de forma metafórica.

2.18. *Whittock (1990)*

Whittock⁴⁴ reconoce que el estudio de la metáfora fílmica es un campo relativamente descuidado e inexplorado. Argumenta que, aunque los estudios de la metáfora se dirigen tanto hacia la psicología cognitiva como hacia la retórica y las estrategias de comunicación, deberían interesar también a los teóricos del cine. Para este autor, las tesis de Lakoff y Johnson resultan muy interesantes ya que demuestran que las metáforas se originan en el pensamiento por lo que pueden plasmarse tanto en un texto escrito como en una película. Afirma también que la distinción entre metáforas convencionales y metáforas nuevas de estos autores es muy importante aunque un análisis de las categorías creadas por las metáforas convencionales nos llevaría al campo de la narrativa, del género, del estilo.

Frente a las objeciones que se han puesto sobre la metáfora fílmica, Whittock considera que muchos teóricos cinematográficos han simplificado demasiado el concepto de metáfora. Su objetivo es desarrollar una estilística de la metáfora apropiada al filme, demostrar su presencia en un número significativo de películas y proponer una teoría más completa. Aunque conoce las teorías cognitivas de la metáfora, decide seguir la teoría de la interacción⁴⁵. Concibe la metáfora como la presentación de una idea en términos de otra

⁴⁴ Cfr. WHITTOCK, Trevor, *op. cit.*

⁴⁵ La teoría de la interacción tiene su origen en 1936 con I.A. Richards. Concibe la metáfora como la activación simultánea de dos pensamientos.

que pertenece a una categoría diferente transformando nuestro concepto de la primera idea y fundiéndola con la nueva idea creada. Para percibir o concebir una cosa en términos de otra es necesario reestructurar y modificar el *tenor/dato* de la metáfora en términos de *vehicle/transmisión*. El dato y la transmisión interactúan para producir un nuevo concepto. Para entender las metáforas se necesita un estudio de los procesos psicológicos donde las metáforas son concebidas y comprendidas, una teoría imaginativa de la metáfora centrada en la noción de *seeing as*.

Aunque la composición o el contexto pueden influenciar o determinar qué se ve en las imágenes de un filme, normalmente se identifican los objetos representados con los objetos reales. Es decir, las imágenes fílmicas y los objetos reales parecen compartir las mismas características lo que supone una clara diferencia con las palabras. Este vínculo entre imágenes y objetos representados supone que el filme es una copia aparente de la realidad, como una ventana, pero no significa que las imágenes no puedan adquirir un significado abstracto, conceptual o metafórico. En la realización de filmes no hay planos neutrales. A pesar de la aparente densidad mimética de la imagen, es sólo un pequeño extracto de la realidad disponible. Cualquier objeto real posee una plenitud tal que desafía la reproducción completa. Ninguna imagen fílmica puede denotar más que algunos aspectos de ese objeto. Por esta razón, una imagen puede ser también metafórica. Un objeto puede ser filmado de un gran número de formas diferentes, por tanto hay una gran variedad de imágenes disponibles para designar un mismo objeto. Cómo se selecciona una imagen y cómo se compone puede cambiar radicalmente su propósito y valor. En definitiva, una metáfora fílmica se genera por la tensión entre el objeto y la forma de ser filmado que demanda una lectura figurada.

La manera en que la audiencia responde a los tropos visuales depende de su nivel cultural, experiencia y expectativas. O bien se prepara al espectador para que lea la imagen como metafórica o bien la imagen se construye de modo que si no se comprende la metáfora, la continuidad del filme no se vea alterada. El primer método, preparar a la audiencia para la lectura metafórica, lleva tiempo y necesita un cierto nivel en el espectador. La segunda estrategia es la que prevalece en la historia del cine occidental. Es decir, se usan metáforas pero sin que obstruyan el seguimiento de la acción. En los filmes occidentales, las metáforas tienden a ser encastradas en un contexto no figurado por lo que los niveles de significación metafórico y literal coexisten, sobre todo, en las metáforas dentro del plano.

El realizador puede elegir si acentuar la metáfora o mantenerla en un discreto segundo plano. Por ejemplo, en *Citizen Kane/Ciudadano Kane* (Welles, 1941), cuando Susan y Kane viven en Xanadú las imágenes nos muestran a

los dos en la mansión, pero también son una metáfora de la distancia que existe en su matrimonio. Orson Welles no deja duda de que deba entenderse de forma figurada puesto que el tropo se señala con varias reiteraciones: el escenario empequeñece a los actores, se exageran los espacios con el uso del gran angular, el sonido tiene eco, etcétera. Esta película es un ejemplo de filme en el que el nivel figurado es dominante aunque no entra en conflicto con el nivel literal. La audiencia puede seguir la acción sin entrar nunca en el nivel metafórico. Lo figurado coexiste con lo literal y no interrumpe la continuidad narrativa.

2.19. Groupe μ (1992)

En el Groupe μ ⁴⁶ no son partidarios de utilizar la palabra metáfora procedente de la lingüística y aplicarla a lo visual. Opinan que los fenómenos descritos como metáforas visuales pueden ser tan diferentes que utilizar esta terminología proveniente de otro campo es perjudicial. Además, cuando se traducen las metáforas verbales en metáforas visuales se suele obtener un resultado distinto. Por ejemplo, decir que una mujer tiene *cuello de cisne* es aceptable pero la representación visual cae en lo ridículo. Sin embargo, como no niegan que pueda darse en la imagen algo parecido a la metáfora, proponen la siguiente terminología: *in absentia conjunto* , *in praesentia conjunto* , *in absentia disyunto* , *in praesentia disyunto* . En la figura *in absentia conjunto* las dos entidades ocupan el mismo lugar del enunciado existiendo un conflicto entre las manifestaciones externas y las internas de un segmento. El modo *in praesentia conjunto* se caracteriza porque dos entidades se encuentran juntas pero con substitución parcial. La imagen presenta una entidad indecisa cuyo significante posee rasgos de dos o más tipos distintos como sucede en las imágenes homespaciales descritas por Carroll. *In praesentia disyunto* es la figura donde dos cosas ocupan lugares diferentes, sin substitución. Mientras que en la figura *in absentia disyunto* una entidad exterior al enunciado se proyecta sobre la imagen.

2.20. Kaplan (1992)

Kaplan⁴⁷ propone un método para clasificar las metáforas que aparecen en medios gráficos. Define la metáfora como la relación entre dos ideas que

⁴⁶ Cfr. GROUPE μ , *Tratado del signo visual* , Cátedra, Madrid, 1993.

⁴⁷ Cfr. KAPLAN, Stuart Jay, "A Conceptual Analysis of Form and Content in Visual Metaphors", *Communication* , 13, 1992, pp. 197-209.

comparten algunas características pero que al proyectarse viola normas lingüísticas o creencias acerca del mundo. En la metáfora visual, una cosa representa a otra diferente pero con la que comparte algún parecido. Analiza 446 anuncios gráficos de coches y bebidas alcohólicas procedentes de revistas desde 1989 a 1990 concluyendo que un 33% de los anuncios contienen metáforas de los cuales la mayoría son de bebidas alcohólicas. La razón de este mayor porcentaje es que las bebidas, a diferencia de los coches, no se distinguen por sus características técnicas por lo que las metáforas expresan las cualidades abstractas. Además, propone una clasificación de las metáforas gráficas publicitarias según sus rasgos formales. Establece los siguientes tipos: yuxtaposición (A es como B), por ejemplo, un coche de lujo junto a una obra de arte; identidad (A es B) como cuando una botella de vodka Absolut es una montaña; referencia secundaria (C es AB) si el resultado de una metáfora se convierte en la fuente de otra metáfora, si la cualidad abstracta del lujo se transforma en un color y luego un coche se muestra en ese color.

2.21. Forceville (1998-2008)

Forceville es el autor que más ha profundizado en la metáfora visual. Sus escritos han abarcado la publicidad impresa⁴⁸, la publicidad televisiva⁴⁹, el cine argumental⁵⁰, el cine documental⁵¹, el sonido⁵² o el cómic⁵³. En su trayectoria ha habido una evolución desde la teoría de la interacción hasta la teoría conceptual de la metáfora. En un inicio habla de metáfora pictórica pero actualmente distingue entre metáfora monomodal y metáfora multimodal. Define modal como un sistema de signos interpretables por procesos de percepción específicos distinguiendo nueve tipos: los signos pictóricos, los signos escritos, los signos hablados, los gestos, los sonidos, la música, los olores, el gusto, y el tacto. Las metáforas monomodales son aquellas en las que el do-

⁴⁸ Cfr. FORCEVILLE, Charles, *Pictorial Metaphor...*, *op. cit.*

⁴⁹ Cfr. FORCEVILLE, Charles, "Multimodal Metaphor in Ten Dutch TV Commercials", *The Public Journal of Semiotics*, vol. 1, enero 2007, pp. 15-34.

⁵⁰ Cfr. FORCEVILLE, Charles, "The Metaphor COLIN...", *op. cit.*

⁵¹ Cfr. FORCEVILLE, Charles, "The source-path-goal schema in the autobiographical journey documentary: McElwee, Van der Keuken, Cole", *The New Review of Film and Television Studies*, 4:3, 2006, pp. 241-261.

⁵² Cfr. FORCEVILLE, Charles, "The Role of Non-verbal Sound and Music in Multimodal Metaphor", en AERTSEN Henk, HANNAY, Mike y LYALL, Rod (eds.), *Word in their Places: A Festschrift for J. Lachlan Mackenzie*, Faculty of Arts, Amsterdam, 2004, pp. 65-78.

⁵³ Cfr. FORCEVILLE, Charles, "Visual representation of idealized cognitive model of anger in the Ateris album *La Zizanie*", *Journal of Pragmatics*, 37, 2005, pp. 69-88.

minio origen y el dominio destino se encuentran en la misma modalidad. La metáfora verbal o la visual pertenecen a este tipo. Por el contrario, las metáforas multimodales son aquellas en las que el dominio origen y el dominio destino se encuentran presentes exclusiva o predominantemente en distintas modalidades de información.

Este autor reclama el papel fundamental de los corpus no verbales para una teoría cognitiva de la metáfora. Afirma que este paradigma sólo tendrá plena validez si sale del círculo vicioso de demostrar con expresiones verbales que la metáfora no es un asunto del lenguaje sino del pensamiento. La norma de expresar en letras versalitas la metáfora conceptual demuestra esa dependencia verbal y, en muchos casos, no ayuda al análisis de las metáforas monomodales visuales o multimodales sino que es restrictiva. Además, no es necesario que el espectador traduzca una metáfora visual o multimodal a palabras por lo que tampoco es necesario que se demuestre su existencia parafraseándola. Para superar la dependencia verbal de la fórmula A ES B, el autor propone las siguientes señales que, juntas o separadas, darían lugar a una interpretación metafórica:

1. Parecido físico. Sólo funciona en el caso de las metáforas monomodales. En el caso del parecido visual, existe un gran rango de posibilidades: tamaño, color, posición, textura, etcétera. El parecido no tiene por qué residir en las cosas sino en la forma en que se han representado. Por ejemplo, con el ángulo o el movimiento de la cámara.
2. Colocar algo de forma inesperada. Al situar un objeto en un contexto que no es el suyo y que resulta extraño se muestra un aspecto diferente del objeto. Así, en un entorno musical donde el estuche de un violín contiene una llave inglesa sugiere la metáfora LA LLAVE INGLESA ES UN VIOLÍN.
3. Entrada simultánea. Dos elementos de diferentes modalidades se muestran de forma conjunta. Es lo que sucede cuando en la imagen alguien lanza un beso y al mismo tiempo se oye el sonido de unas cadenas para dar a entender que el beso aprisiona.

3. *Discusión*

Como afirma Forceville⁵⁴, a pesar de los estudios existentes en torno a la metáfora visual, no existe una teoría unificada al respecto. Para empezar, no

⁵⁴ Cfr. FORCEVILLE, Charles, "Metaphor in pictures and multimodal representations", en GIBBS, Raymond W., *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, Cambridge University Press, New York, 2008, pp. 462-482.

se adopta un marco teórico común aunque algunos se declaran afines a la teoría de la interacción o a la teoría conceptual de la metáfora. Así, Whittock⁵⁵ considera las teorías de Lakoff y Johnson especialmente interesantes para la metáfora fílmica pero luego sigue la teoría de la interacción. Carroll⁵⁶ sólo adopta la terminología de *source domain* y *target domain* si bien sigue afirmando que la característica más importante es la homoespacialidad. Forceville se adscribe a la teoría conceptual de la metáfora pero no utiliza sus unidades de análisis y propone marcas específicas como el parecido físico, la introducción de lo inesperado o la entrada simultánea de dos modalidades. Por otro lado, es necesario reconocer la agudeza de algunos autores como Eisenstein o Gombrich que se anticipan a las teorías cognitivas de la metáfora. Eisenstein afirma que las metáforas se originan en una fase anterior de carácter físico adelantándose al concepto de esquema de imagen. Gombrich intuye la existencia de las metáforas primarias cuando habla de las metáforas naturales⁵⁷ y las metáforas fisiognómicas⁵⁸.

Wollheim, Aldrich, Laurot, Clifton, Johns, Wollheim o Hausman consideran que la característica fundamental de la metáfora es el *seeing as*. Para Carroll este *ver como* debe tener un valor heurístico, nos debe descubrir algo nuevo. La teoría integrada de la metáfora recoge de alguna manera este *ver como* al decir que una metáfora es entender una cosa en términos de otra. Dependiendo del grado de elaboración de la expresión metafórica ese valor heurístico puede ser mayor o menor.

Tanto Pryluck como Carroll consideran que la metáfora visual no es unidireccional al contrario que las metáforas verbales que sí lo son. Para la teoría integrada de la metáfora primaria, la proyección siempre es unidireccional. Aunque pueden darse metáforas bidireccionales no se activan simultáneamente. Por ejemplo, existe la metáfora LAS PERSONAS SON MÁQUINAS pero también LAS MÁQUINAS SON PERSONAS. Sin embargo, cuando se dice “mi ordenador *está muerto*” proyectamos el dominio de las personas en el de las máquinas en esta única dirección.

Una opinión mantenida por autores como Mitry es que la metáfora en el cine es esporádica y tangencial. Para Whittock, en el cine occidental o se

⁵⁵ Cfr. WHITTOCK, Trevor, *op. cit.*, pp. 113-118.

⁵⁶ Cfr. CARROLL, Noël, “Visual Metaphor”, *op. cit.*

⁵⁷ Por ejemplo, lo resplandeciente como metáfora de lo divino equivale a la metáfora primaria LO BUENO ES LUMINOSO.

⁵⁸ Por ejemplo, el sol como metáfora de alegría equivale a la metáfora primaria LAS CIRCUNSTANCIAS SON CLIMA.

prepara al espectador para una lectura metafórica o, lo que es más habitual, se mantiene la lectura literal junto con la metafórica. Sin embargo, en este artículo se defiende que en el corpus audiovisual también están presentes las metáforas conceptuales ya que el ser humano las necesita para organizar la realidad. Muchas de estas metáforas se encuentran tan interiorizadas que no somos conscientes de su existencia, como sucede en el lenguaje de la vida cotidiana. Al igual que en el discurso literario, en determinados géneros, ámbitos, medios o estilos audiovisuales, las metáforas conceptuales se desarrollan, expanden y mezclan. Es lo que sucede, por ejemplo, en el expresionismo alemán, la publicidad, el video-arte o los videoclips. Es decir, la presencia y complejidad de metáforas en el corpus audiovisual es una cuestión de grados: menor en el cine realista y mayor en el cine formalista, menor en el modo de representación institucional y mayor en el expresionismo alemán, menor en el cine y mayor en publicidad. Ciertas expresiones metafóricas visuales que resultaron novedosas en un momento determinado pasan a formar parte del bagaje del espectador y dejan de considerarse imágenes figuradas o adquieren el estatus de clichés.

Por otro lado, se discute la intencionalidad del autor en la creación de una metáfora visual. Para Carroll, Clifton, Johns o Whittock es determinante, mientras que para Forceville no lo es. Entrar a valorar la voluntad del creador de la imagen puede ser un callejón sin salida innecesario. La metáfora es conceptual y en la mayoría de las ocasiones no somos conscientes de su existencia ni como receptores ni como emisores, de ahí su poder.

3.1. *La metáfora visual integrada*

Para la teoría integrada de la metáfora primaria existen dos tipos de metáfora, las metáforas de correlación y las metáforas de familiaridad. Además, Forceville distingue entre metáforas monomodales y metáforas multimodales. Define las metáforas monomodales como aquellas en las que el dominio origen y el dominio destino se encuentran en la misma modalidad mientras que las metáforas multimodales son aquellas en las que el dominio origen y el dominio destino se encuentran presentes exclusiva o predominantemente en distintas modalidades de información. Al unir las dos clasificaciones se obtiene la siguiente combinación (tabla 1)

Tabla 1. Tipología de metáforas

	Monomodal	Multimodal
Metáforas de correlación	Metáfora verbal	Metáfora verbovisual
	Metáfora visual	Metáfora audiovisual
	Metáfora olfativa	Metáfora verboaudiovisual
	Etcétera	Etcétera
Metáforas de familiaridad	Metáfora verbal	Metáfora verbovisual
	Metáfora visual	Metáfora audiovisual
	Metáfora olfativa	Metáfora verboaudiovisual
	Etcétera	Etcétera

Elaboración propia.

De todos los tipos posibles, las más estudiadas han sido las expresiones metafóricas de correlación monomodales verbales ya que ha sido el corpus básico de investigación de las metáforas primarias. Los distintos acercamientos a las expresiones metafóricas monomodales visuales han mezclado las de correlación con las de familiaridad de ahí la disparidad existente. El resto de expresiones metafóricas resulta aún prácticamente inexplorado. A continuación, se ofrecen ejemplos de una propuesta *integrada*.

3.1.1. Metáforas de correlación monomodales visuales

La correlación entre encontrarse en un lugar elevado y tener el control sobre objetos personas o situaciones origina la metáfora primaria CONTROL ES ARRIBA/ ESTAR CONTROLADO ES ESTAR ABAJO. Un ejemplo de expresión metafórica monomodal verbal de esta metáfora primaria es “Está *bajo* su mando”. Un ejemplo de expresión metafórica monomodal visual de esta metáfora primaria puede observarse en el fotograma de la ilustración 1 perteneciente a *The Graduate/El graduado* (Mike Nichols, 1967), donde Benjamin está situado en una posición inferior con respecto a la señora Robinson. Mediante este encuadre se metaforiza el control de la mujer sobre el recién graduado inferior y empequeñecido.

Ilustración 1. Expresión metafórica monomodal visual



Que las metáforas de correlación se encuentren presentes en nuestro lenguaje cotidiano no significa que no puedan dar lugar a expresiones novedosas y llamativas. Por ejemplo, la metáfora primaria DIFICULTAD ES PESO se manifiesta en la expresión monomodal verbal “Este trabajo resulta muy pesado” pero también en la ilustración 2. En esta publicidad gráfica de la compañía de abogados Bingham McCutchen la dificultad legal es el elefante debido a su peso. Gracias al parapente, que es la compañía de abogados que se anuncia, el problema es levantado. La imagen se ha situado en un contexto que no es el suyo y que resulta extraño, una de las marcas de las metáforas visuales de Forceville, pero si se entiende la metáfora es porque existe la metáfora primaria.

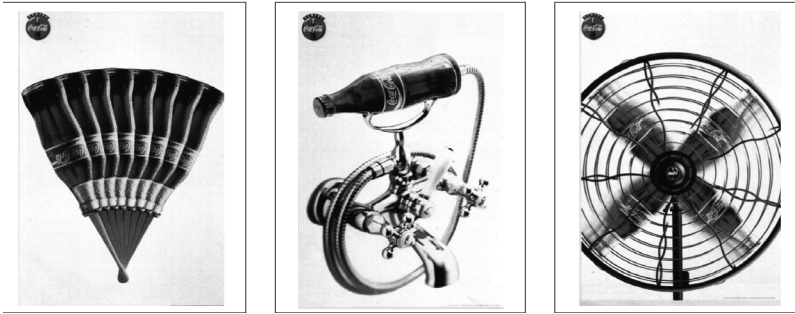
Ilustración 2. Expresión metafórica monomodal visual



3.1.2. Metáforas de familiaridad monomodal visual

La teoría integrada de la metáfora primaria se centra en las metáforas de correlación mientras que las metáforas de familiaridad constituyen un grupo heterogéneo y mal estudiado donde se incluyen todas aquellas metáforas que no se ajustan al primer grupo. En este artículo se aportan ejemplos (ilustración 3) que encajan en esto tipo para demostrar que es posible analizar cualquier metáfora visual bajo una perspectiva *integrada*.

Ilustración 3. Expresiones metafóricas monomodales visuales de familiaridad



Estas tres imágenes publicitarias de Coca-Cola son metáforas de familiaridad que juegan con la similitud formal de la botella con determinados elementos. Así, “Coca-Cola es un abanico”, “Coca-Cola es una ducha” o “Coca-Cola es un ventilador” porque el dominio destino y el dominio origen poseen características formales comunes. La imagen prototípica de la botella de Coca-Cola se superpone a la imagen de las varillas del abanico, del teléfono de la ducha o de las aspas del ventilador para mostrar aspectos cognitivos comunes que en este caso es la capacidad refrescante. Al igual que sucede con ejemplos verbales, como “My wife [...] whose waist is an hourglass”, las formas proyectadas son estructuras y no necesitan ser totalmente iguales.

4. Conclusiones

Una teoría de la metáfora visual no es necesaria si consideramos que la metáfora es un proceso cognitivo que puede manifestarse tanto de modo verbal como de modo no verbal. Por el contrario, debe inscribirse y formar parte de la teoría integrada de la metáfora primaria o de cualquiera de las futuras teorías cognitivas de la metáfora que surjan. Con el análisis del corpus audiovisual y de otros corpus no verbales estas teorías serán modificadas en algunos aspectos para llegar a ser más completas. Definitivamente, la metáfora visual tiene que seguir siendo investigada de manera *integrada*.

Bibliografía citada

- ALDRICH, Virgil C., "Visual Metaphor", *Journal of Aesthetic Education*, 2, 1968, pp. 73-86.
- CARROL, Noël, "Visual Metaphor", en HINTIKKA, Jaakko (ed.), *Aspects of Metaphor*, Kluwer Academic Publisher, Dordrecht, 1994, pp. 189-223.
- CARROLL, Noël, *Theorizing the movie image*, Cambridge University Press, Cambridge, 1996.
- CARROLL, Noël, "Language and Cinema: Preliminary Notes for a Theory of Verbal Images", *Millennium Film Journal*, 7/8/9, 1980, pp. 186-217.
- CLIFTON, N. Roy, *The Figure in Film*, Associated University Presses, London, 1983.
- DAMASIO, Antonio, *Descartes's error*, Grosset-Putman, New York, 1994.
- DART, Peter, "Figurative Expression in the Film", *Speech Monographs*, (35), 1968, pp. 170-174.
- EIKHENBAUM, Boris, "Problemas de cine-estilística", en ALBERA, François (comp.), *Los formalistas rusos y el cine. La poética del filme*, Paidós, Barcelona, 1998, pp. 45-75.
- EISENSTEIN, "Montaje 1937", en GLENNY, Michael y TAYLOR, Richards (coeds.), *Hacia una Teoría del Montaje*, Paidós, Barcelona, 2001.
- FORCEVILLE, Charles, "Metaphor in pictures and multimodal representations", en GIBBS, Raymond W., *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, Cambridge University Press, New York, 2008, pp. 462-482.
- FORCEVILLE, Charles, "Multimodal Metaphor in Ten Dutch TV Commercials", *The Public Journal of Semiotics*, vol. 1, enero 2007, pp. 15-34.
- FORCEVILLE, Charles, "The source-path-goal schema in the autobiographical journey documentary: McElwee, Van der Keuken, Cole", *The New Review of Film and Television Studies*, 4:3, 2006, pp. 241-261.
- FORCEVILLE, Charles, "Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas to research", en KRISTIANSEN, Gitte y otros (eds.), *Cognitive Linguistics: Current Applications and Future Perspectives*, Mouton de Gruyter, Berlin/New York, 2006, pp. 379-402.
- FORCEVILLE, Charles, "Visual representation of idealized cognitive model of anger in the Asteris album La Zizanie", *Journal of Pragmatics*, 37, 2005, pp. 69-88.
- FORCEVILLE, Charles, "The Role of Non-verbal Sound and Music in Multimodal Metaphor", en AERSTEN, Henk, HANNAY, Mike y LYALL, Rod (eds.), *Word in their Places: A Festschrift for J. Lachlan Mackenzie*, Faculty of Arts, Amsterdam, 2004, pp. 65-78.
- FORCEVILLE, Charles, "The Metaphor COLIN IS A CHILD in Ian McEwan's, Harold Pinter, and Pauls Schareder's The Comfort of Strangers", *Metaphor and Symbol*, 14 (3), 1999, pp. 179-198.
- FORCEVILLE, Charles, *Pictorial Metaphor in Advertising*, Routledge, London, 1998.
- GIANNETTI Louis D., *Godard and Others. Essays on Film Form*, Tantivy Press, London, 1975.
- GIANNETTI, Louis D., "Cinematic Metaphors", *Journal of Aesthetic Education*, 6 (4), 1972, pp. 46-91.
- GRADY, Joseph, "Primary metaphors as input to conceptual integration", *Journal of Pragmatics*, 37, 2005, pp. 1595-1614.
- GRADY, Joseph, "A typology of motivation for conceptual metaphor: Correlation vs. resemblance", en GIBBS R.W. y STEEN, G. (eds.), *Metaphor in Cognitive Linguistics*, John Benjamins, Amsterdam, 1999, pp. 79-100.

- GRADY, Joseph, *Foundations of meaning: Primary Metaphors and Primary Scenes*, tesis doctoral de la Universidad de California, Berkeley, 1997.
- GROUPE μ , *Tratado del signo visual*, Cátedra, Madrid, 1993.
- HAUSMAN, Carl R., *Metaphor and Art: Interactionism and Reference in the Verbal and Non-verbal Arts*, Cambridge University Press, Cambridge, 1989.
- JOHNS, Bethany, "Visual Metaphor: Lost and Found", *Semiotica*, 52, 3/4, 1984, pp. 291-333.
- JOHNSON, Mark, *The body in the mind. The Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason*, The University of Chicago Press, Chicago, 1987.
- KAPLAN, Stuart Jay, "A Conceptual Analysis of Form and Content in Visual Metaphors", *Communication*, 13, 1992, pp. 197-209.
- KENNEDY, John M., "Metaphor and Art", en GIBBS, Raymond W., *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, Cambridge University Press, New York, 2008, pp. 462-482.
- KENNEDY, John M., "Metaphor in pictures", *Perception*, 11, 1982, pp. 589-605.
- LAKOFF, George y JOHNSON, Mark, *Philosophy in the Flesh, The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*, Basic Books, New York, 1999.
- LAKOFF, George, "Image Metaphors", *Metaphor and symbolic activity*, 2 (3), 1987, pp. 219-222.
- LAUROT, Yves de, "From Logos to Lens", en NICHOLS, Bill Nichols (ed.), *Movies and Methods. An Anthology*, vol. 1, University of California University Press, California, 1976, pp. 578-582.
- LORDA IÑARRA, Joaquín, *Gombrich. Una Teoría del arte*, Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid, 1991.
- MARTIN, Marcel, *La estética de la expresión cinematográfica*, Rialp, Madrid, 1962.
- METZ, Christian, *El significante imaginario: Psicoanálisis y cine*, Paidós, Barcelona, 2001.
- MITRY, Jean, *Estética y psicología del cine 2. Las formas*, Siglo XXI, Madrid, 1978.
- PRYLUCK, Calvin, "The Film Metaphor-Metaphor: The Use of Language-Based Models in Film Study", *Literature/Film Quarterly*, 2, 1975, pp. 117-123.
- TURNER, Mark y FAUCONNIER Gilles, "Conceptual Integration and Formal Expression", *Metaphor and Symbolic Activity*, vol. 10, nº 3, 1995, pp. 183-203.
- WHITTOCK, Trevor, *Metaphor and Film*, Cambridge University Press, Cambridge, 1990.
- WOLLHEIM, Richard, *La pintura como arte*, Visor, Madrid, 1997.