



Revista de Investigación del Departamento de  
Humanidades y Ciencias Sociales

ISSN: 2250-8139

rihumsoeditor@unlam.edu.ar

Universidad Nacional de La Matanza  
Argentina

Godoy, Agustina

Movilización y resistencia en redes sociales frente al uso de metáforas  
bélicas para referirse a la pandemia del COVID-19: #ReframeCovid

Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y  
Ciencias Sociales, núm. 19, 2021, Mayo-Noviembre, pp. 3-15

Universidad Nacional de La Matanza  
Argentina

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=581966771001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UNAM  
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso  
abierto



Artículo

## **Movilización y resistencia en redes sociales frente al uso de metáforas bélicas para referirse a la pandemia del COVID-19: #ReframeCovid**

Agustina Godoy\*

Universidad Nacional de Quilmes (UNQ)

Argentina

Trabajo original autorizado para su primera publicación en la Revista RIHUMSO y su difusión y publicación electrónica a través de diversos portales científicos.

Agustina Godoy (2021) "Movilización y resistencia en redes sociales frente al uso de metáforas bélicas para referirse a la pandemia del COVID-19". En: RIHUMSO n° 19, año 10, (15 de Mayo de 2021 al 14 de Noviembre de 2021) pp. 3-15. ISSN 2250-8139

Recibido: 23.03.2021

Aceptado: 21.04.2021

---

\* Becaria doctoral de CONICET [2021- 2026]. Inscripta en el doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Maestranda en Ciencias Sociales y Humanidades con orientación en Sociología por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Licenciada en Relaciones Laborales de la Universidad Nacional de La Matanza (UNLAM). Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Matanza (UNLAM). E-mail: [godoyagustina@gmail.com](mailto:godoyagustina@gmail.com)

## Resumen

El objetivo de esta reflexión es realizar una aproximación a las campañas comunicacionales de resistencia y movilización en redes sociales frente al uso frecuente de metafóricas bélicas para aludir a la pandemia del covid-19, durante el 2020. Para ello, se aborda la metáfora como categoría lingüística, pero también social y cultural, así como el origen histórico del vínculo entre el uso de este tipo de metáforas y las enfermedades. Específicamente, se analiza la iniciativa colectiva *#ReframeCovid* que aún se encuentra vigente y cuyo análisis invita a pensar en marcos metafóricos alternativos frente a la retórica belicista que se condensa en la declaración "la guerra contra el coronavirus". Se concluye que esta propuesta contribuyó a evidenciar que las expresiones utilizadas para aludir a la enfermedad y a la pandemia no son neutrales y que su uso pone de manifiesto las estructuras mentales del imaginario colectivo de cada sociedad.

**Palabras claves:** Metáforas bélicas, Covid-19, Frame (encuadre), Comunicación

## Abstract

Mobilization and resistance in social networks against the use of war metaphors to refer to the Covid-19 pandemic: *#ReframeCovid*

This paper aims to approach the communicational campaigns of resistance and mobilization against the frequent use of war metaphors to allude to covid-19 pandemic on social networks during 2020. With this purpose, metaphors are addressed as linguistic categories, but also as social and cultural artifacts, and consequently, this paper also analyses the historical origin of the link between the use of this type of metaphors and diseases. Its main interest centers around a collective initiative, *#ReframeCovid*, which is still in force and which analysis invites us to think about alternative metaphorical frameworks in the face of the warmongering rhetoric that is summarized in the declaration "the war against the coronavirus". It is concluded that this proposal has contributed to show that the expressions used to refer to the disease and the pandemic are not neutral and that their use reveals the mental structures of the collective imagination of each society.

**Key words:** War metaphors, Covid-19, Frame, Communication

## Introducción

Las metáforas abundan en las interacciones de la vida cotidiana, a tal punto que pocas veces son reconocidas como tales cuando se las emite o se las oye. Sencillamente, se las utiliza para expresar una situación en términos de otra, y como cualquier otro acto comunicativo guardan una estrecha relación con la cultura, los sentidos y las significaciones. En este aspecto, las metáforas pueden ser estudiadas desde una concepción lingüística, pero también como una práctica social a través de la convergencia de diferentes disciplinas como la Filosofía, la Psicología, la Sociología, entre otras.

Las metáforas se encuentran inscritas en todo tipo de discursos, a tal punto que resulta difícil pensar por fuera de ellas. Desde una perspectiva ideológica, contribuyen a construir y reforzar la visión del mundo y las concepciones en torno a múltiples campos. Algunos de ellos son la política, el deporte, el amor, las cuestiones de género, así como la medicina y la enfermedad. En cada una de estas esferas, se destacan las metafóricas bélicas.

En relación con las metáforas que circundan a las enfermedades, existe una tendencia, principalmente en el mundo occidental, a utilizar metáforas bélicas: Diariamente las personas se “enfrentan” y “batallan” en una “guerra” contra sus propios padecimientos. Para el sujeto, el resultado es la “derrota” o el “triunfo” y la “epopeya” sostenidos en una especie de voluntariedad que es reproducida constantemente por las instituciones. A su vez, cuando alguna enfermedad toma dimensiones epidémicas o pandémicas, las metáforas obtienen gran difusión en los medios de comunicación, a través de la réplica de sus principales portavoces como periodistas, políticos y especialistas, y así se asientan en el imaginario social.

Entendidas como significaciones imaginarias, las metáforas no solo están arraigadas en las instituciones, sino que también se entretajan en la construcción de las subjetividades. Y si bien en muchas ocasiones las metáforas prefabricadas son aceptadas y difundidas sin cuestionamiento, no se imprimen de manera absoluta en los sujetos. En este sentido, la fuerza de lo instituido, por medio de la socialización, preconfigura el uso de un determinado tipo de metáforas, pero también existe un espacio individual o colectivo, la fuerza instituyente, que permite construir nuevas imágenes y significaciones simbólicas.

Esta doble relación entre lo instituido y lo instituyente, entre lo estructurado y lo estructurante, responde a que los sujetos sociales son, al mismo tiempo, producto y productores de realidad. Esto le otorga protagonismo al sujeto como agente crítico capaz de suscitar cambios sociales, los cuales implican dos dimensiones experienciales: la de las percepciones y la del actuar. Solo será posible construir futuro –utopía– si se incrementa la capacidad para percibir

opciones diversas y, además, se es capaz de concretar su posibilidad de existencia (Zemelman, 1992).

El actual contexto de pandemia de covid-19 impulsa a pensar en el uso de una nueva retórica para hablar acerca de las enfermedades. Se busca ampliar las dimensiones de la experiencia, reconociendo en sus bases que la realidad social está en permanente constitución, desde lógicas del imaginario social que incorporan tanto los procesos materiales como los de construcción simbólica.

Si bien el uso de las metáforas bélicas se encuentra fuertemente arraigado en el imaginario social, ha surgido un particular movimiento de resistencia y movilización que se ha desplegado a través de las redes sociales: *#ReframeCovid*. Esta campaña no se agota solamente en un *hashtag*, sino que intenta romper con expresiones aparentemente neutrales y superar el marco lingüístico bélico sobre el coronavirus. Desde una perspectiva histórica, resignifica el uso de las metáforas bélicas a partir del pasado, presente y futuro y busca ampliar las percepciones para construir nuevas metáforas.

Para comprender los fundamentos que movilizan a la campaña *#ReframeCovid*, a continuación, se describe brevemente qué son las metáforas, su relación con la cultura y el imaginario social, el uso de la retórica bélica para hablar de las enfermedades y el impulso de dicha campaña frente a la actual pandemia del covid-19. Finalmente, se presentan las conclusiones de esta reflexión.

### **¿Qué son las metáforas?**

La palabra metáfora proviene del griego *meta-phoerein* y significa poner más allá. En otras palabras, implica utilizar un significante más allá del propio para denotar cierto significado.

De acuerdo con Lakoff y Johnson (1986 [1980]), la metáfora deja de concebirse únicamente como recurso poético y se considera omnipresente en todo aspecto de la vida diaria, no solo en el lenguaje, sino también en el pensamiento que lo precede y en la acción que lo acompaña. Para estos autores, las metáforas organizan el sistema conceptual humano, de allí que hablan de *metáfora conceptual*, la cual permite entender y experimentar una cosa gracias a conceptos que se relaciona a otra. Las metáforas funcionan como un mecanismo cognitivo en el que un individuo puede conceptualizar el mundo al otorgarle un sentido metafórico a su experiencia social (Lakoff, 1993).

En resumidas cuentas, la metáfora conceptual es un fenómeno de cognición en el que un área semántica o dominio se representa conceptualmente en términos de otro. Según con Lakoff y Johnson (1980), la metáfora conforma un mecanismo cognitivo que permite establecer lazos entre dos dominios del sistema conceptual: el *dominio fuente* o de origen y el *dominio meta* o *destino*. Las personas utilizan el conocimiento de un campo conceptual que, por lo general, es concreto o cercano a la experiencia física. Este primer campo les permite estructurar un segundo campo que suele ser más abstracto. La acción que ocurre entre ambos dominios es la proyección metafórica que conecta y enlaza un número determinado de correspondencias entre el dominio origen y el dominio destino. En definitiva, ciertos elementos convencionales del primer dominio se usan para conceptualizar y razonar sobre el segundo.

Un ejemplo clásico que mencionan los autores es el de los dominios de la guerra y de la argumentación. Los autores explican que el dominio de la guerra funciona como fuente de recursos conceptuales para expresar y comprender el dominio meta de la argumentación, por medio de frases como “atacar” o “defender un argumento”. Esta relación se estructura en la siguiente metáfora conceptual: “las discusiones son guerras”.

Otra metáfora que es interesante ver cómo opera y resulta hasta paradójica en tiempos de covid-19 es la que cotidianamente se refiere a los virus. Por ejemplo, cuando se expresa que un vídeo se ha hecho “viral”, no se quiere decir que se ha hecho invisible o pequeño, sino que se propaga como un virus, rápida y exponencialmente. Así, se conceptualiza un hecho nuevo como lo es la distribución veloz de una información, tomando como punto de referencia un dominio cognitivo más conocido, el de las enfermedades epidémicas.

### **Las metáforas, la cultura y el imaginario social**

En esta instancia, la definición de metáfora quedaría inconclusa sino se incorpora un elemento fundamental para comprender las representaciones metafóricas: la cultura. A partir de ella, los seres humanos otorgan sentido, ordenan, clasifican y constituyen la realidad de una determinada manera y no de otra. Como se ha mencionado anteriormente, la metáfora implica una experiencia cognitiva, así como emocional, cuyo sentido depende directamente de las significaciones socialmente construidas.

Un ejemplo donde puede encontrarse, por un lado, la conexión entre un dominio fuente concreto y un dominio destino más abstracto y, por otro lado, la relación entre la cultura y las significaciones es en las metáforas que utilizan la percepción como dominio fuente o de

origen. Como explica Soriano (2012), muchos idiomas cuentan con expresiones en las que las experiencias vinculadas a los sentidos de la vista, oído, gusto, tacto y olfato se utilizan para representar experiencias más abstractas, ya sean de tipo cognitivo o emocional. Por ejemplo, “olerse algo”, “ver claro el asunto”, “hacer oídos sordos”, “tocar la fibra sensible”, “probar el sabor de la victoria” (p. 101), entre otras. Sin embargo, el tipo de experiencia cognitiva y emocional no es unívoca y depende de cada cultura.

En este sentido, Ibarretxe-Antuñano (2008) sostiene que la asociación entre visión y entendimiento, expresada generalmente “veo lo que dices, no tiene muchas luces” es una de las más convencionales y desarrolladas en los idiomas del mundo e, incluso, se ha considerado como universal, ya que en principio todos los seres humanos utilizan el sentido de la visión para captar información sobre el mundo. Sin embargo, en algunas culturas, la razón está más relacionada con el sentido del oído que el de la vista y, por lo tanto, las metáforas cognitivas, vinculadas a las operaciones de pensar, saber, entender, se relacionan, principalmente, con “oír”, “escuchar” u “oreja”.

Algunos antropólogos señalan diversas razones por las que el sentido del oído tendría mayor peso que la visión en ciertas culturas, en tanto que la hegemonía de la visión es típica del mundo occidental. En consecuencia, las metáforas de percepción ejemplifican cómo la cultura sirve de tamiz frente las posibles representaciones metafóricas que pueden construirse a partir de las experiencias sensoriales y motoras de las personas.

Luego de este recorrido, se reafirma que las metáforas y sus significaciones son construcciones sociales. Además, se relacionan estrechamente con un aspecto de la cultura que es el imaginario social, también llamado *imaginario colectivo*.

Cabe destacar que el término imaginario “no es imagen de” sino que es “creación incesante y esencialmente indeterminada de figuras/formas/imágenes” (Castoriadis, 2007 [1989], p. 5). El imaginario social está conformado por dos dimensiones: por un lado, el *imaginario instituido* que es “un conjunto de instituciones que encarnan esas significaciones y les confieren realidad sean ellas materiales o inmateriales” (Poirier, 2006, p. 63). Y, por otro lado, por el *imaginario instituyente*, entendido como “la obra de un ente colectivo humano que crea significaciones nuevas que subvierten las formas históricas existentes” (Poirier, 2006, p. 62). Llevado al plano de las metáforas, estas dimensiones implican que la fuerza instituida del imaginario es aquella que condiciona el uso de determinadas metáforas frente a otras. En tanto, la fuerza instituyente del imaginario es lo que les otorga a las personas la posibilidad de alterar su uso y generar un cambio social.

Es importante señalar que las instituciones que permiten reproducir el imaginario social no son únicamente materiales, sino que tienen un sentido amplio, inmaterial, que involucran también, en términos de Wunenburger (2008), a “producciones mentales o materializadas en obras, a partir de imágenes visuales (cuadro, dibujo, fotografía) y lingüísticas (metáfora, símbolo, relato) que forman conjuntos coherentes y dinámicos que conciernen a una función simbólica” (p. 15).

Como se explicó en el apartado anterior, las metáforas acerca de los sentidos son muy extendidas en todo el mundo, pero la preferencia por el uso del sentido de la vista o del oído como dominio fuente depende de la experiencia sensorial de cada cultura. De manera similar, puede pensarse en la matemática como una ciencia única y universal, cuyas metáforas se hacen extensibles mundialmente. Sin embargo, Lizcano (2006) sostiene que las diversas matemáticas –no una sola matemática– están colmadas de recursos metafóricos que permiten descubrir imaginarios particulares: frente a la lógica secuencial, lineal, analítica, sucesiva, parcelizadora, característica de las matemáticas occidentales, se encuentra una lógica de la concurrencia simultánea y de síntesis holística que es propia de las matemáticas orientales.

Con base a estos ejemplos mencionados y en relación con la actual pandemia, puede concluirse parcialmente que, frente a imaginarios sociales distintos, se generan metáforas distintas que preconfiguran diferentes espacios posibles para referirse, en este caso, al covid-19.

### **Las metáforas bélicas y las enfermedades**

Luego de explicar sucintamente qué son las metáforas y cómo se relacionan con la cultura y el imaginario social, el objetivo de este apartado es adentrarse en el uso de las metáforas bélicas para referirse a las enfermedades. Para ello, se analiza acerca del surgimiento de estas metáforas y se mencionan algunos antecedentes que han abordado esta temática.

De acuerdo con Rojas Miranda y Fernández González (2015), la institucionalización de metafóricas bélicas para hablar de enfermedades se produjo con la firma del Acta Nacional del Cáncer que el presidente de Estados Unidos Richard Nixon difundió en 1971, postguerra de Vietnam. Si bien en el documento no había alusión directa al término bélico, fue el mismo presidente quien declaró la “guerra contra el cáncer”. No solo impulsó económica y políticamente la investigación de esta enfermedad, sino que militarizó el lenguaje para hablar



de ella: “Ha llegado el momento en Estados Unidos (...) debería orientarse hacia la conquista de esta terrible enfermedad” (s/p).

En resumidas cuentas, Nixon transformó la retórica para hablar del cáncer, y actualmente existe cierto consenso para considerar aquel momento como el comienzo de las expresiones contemporáneas de “lucha” o “guerra contra el cáncer”. Tras cincuenta años, la metáfora bélica se perpetúa y retroalimenta mundialmente en el imaginario de la guerra, instaurando, como concluyen Rojas Miranda y Fernández González (2015), significados, roles y valoraciones morales respecto de conductas “deseables e indeseables, tanto a la patología misma como a los actores involucrados en ella” (p. 356). Al esperar que un paciente “no se rinda ante la enfermedad” y que “de pelea/batalla/lucha contra el cáncer”, cabe preguntarse si para aquellos en los que la enfermedad no cesa “¿perdieron la batalla?” o “¿no lucharon lo suficiente?”.

A partir de este puntapié inicial en el uso de la retórica bélica para referirse al cáncer, el impacto de las metáforas en particular y de las representaciones sociales en general sobre el pensamiento, el habla y la actuación en el contexto de las enfermedades infecciosas emergentes, ha sido estudiado sistemáticamente por científicos sociales y académicos de la comunicación. Previamente a la actual pandemia del covid-19 existen una serie de antecedentes teóricos que son mencionados y recuperados por Nerlich (2020). Entre ellos, aquellos que estudian el cáncer, la tuberculosis y el SIDA (Sontag, 1978; 1989). Luego, el ébola en la década de 1990 (Ungar, 1998; Joffe, 2002), seguido de la EEB o la enfermedad de las vacas locas (Washer, 2006), la fiebre aftosa (Nerlich et al., 2002; Nerlich, 2004), el SARS (Washer, 2004; Wallis y Nerlich, 2005), la gripe aviar o influenza (Nerlich y Halliday, 2007; Ungar, 2008; Brown et al., 2009), la gripe porcina (Nerlich y Koteyko, 2012), el MRSA (Washer y Joffe, 2006; Koteyko et al., 2007) y el Zika (Ribeiro et al., 2018).<sup>1</sup>

De estos trabajos se destaca, principalmente, el de Susan Sontag por ser uno de los pioneros en la reflexión acerca de la retórica bélica en relación con las enfermedades. En sus ensayos *La enfermedad y sus metáforas* (1978) para hablar sobre el cáncer y la tuberculosis y *El sida y sus metáforas* (1989) a partir de la epidemia de HIV, la autora analizó los usos que se hacen de figuras o metáforas y hasta qué punto la reputación de la enfermedad incrementaba el sufrimiento de quienes la padecían. La autora concluye su segundo ensayo diciendo: “No se nos está invadiendo. El cuerpo no es un campo de batalla. Los enfermos no son las inevitables

---

<sup>1</sup> Otros aportes contemporáneos que se destacan: Peter Washer publicó un libro sobre enfermedades infecciosas emergentes y la sociedad en 2010. También hay un número especial sobre pandemias publicado por *Sociology of Health and Illness* (2012), editado por Robert Dingwall, Lily Hoffman y Karen Staniland. Y un libro de historia de Frank Snowdon titulado *Epidemics and Society: From the Black Death to the Present* (2019).

bajas ni el enemigo. Nosotros -la medicina, la sociedad- no estamos autorizados para defendernos de cualquier manera que se nos ocurra” (Sontag, 2008 [1978], p. 94). De esta forma, propone “devolver” la metáfora bélica y militar a quienes, efectivamente, hacen la guerra.

El uso de estas metáforas bélicas, tal como señalábamos, implica una visión moral respecto de conductas esperadas de los pacientes que, cuando no se cumplen, generan un impacto negativo en ellos: los culpabiliza y responsabiliza. Como respuesta, Elena Semino (2019) elaboró un *Menú de metáforas alternativas para hablar del cáncer* donde reúne las metáforas más utilizadas para referirse al cáncer junto con otras más nuevas, incluso algunas de ellas ligadas a otras culturas como la oriental. La finalidad de este listado es compartirlo a los pacientes para que puedan elegir aquella metáfora con la que se sienten más cómodos para abordar su enfermedad en conjunto con sus médicos y familiares.

Si bien para algunos pacientes puede resultar motivador el uso de las metáforas bélicas, estas (re)producen violencia y prejuicio al considerar que existe un “enemigo” dentro del individuo que pierde empoderamiento. Tal como señala Sontag (1988) “desde luego, no es posible pensar sin metáforas. Pero eso no significa que no existan metáforas de las que mejor es abstenerse o tratar de apartarse” (p. 50).

En relación con el covid-19, un artículo publicado por Susan Shannon<sup>2</sup> titulado *The coronavirus pandemic is truly like a war* (“La pandemia de coronavirus realmente es como una guerra”) explica las metáforas de la pandemia y las sintetiza en *The soldiers are health care workers. The enemy is the virus. The battlefield is the hospitals*. (“Los soldados son los trabajadores de salud. El enemigo es el virus. El campo de batalla son los hospitales”). De esta forma, se compara la enfermedad del covid-19 con una situación de guerra, una guerra mundial, un ataque extranjero, o simplemente el enemigo.

Este enemigo tiene una particularidad y es ser “invisible” o “silencioso”, de acuerdo con las metáforas referidas a la percepción y la asignación de una posibilidad u otra que cada cultura hace en virtud de sus propias experiencias sensoriales.

Cabe destacar que evidenciar el uso de estas metáforas no implica desactivarlas completamente. Existe la posibilidad que, al referirse a una metáfora concreta, esta se active de nuevo. Entonces, al decir que en realidad no se está en guerra, que llamar héroes y heroínas a los trabajadores de salud desvía la atención de sus necesidades reales, también se está activando dicha metáfora. Esto se relaciona con la famosa frase y obra de Lakoff

---

<sup>2</sup> Enfermera norteamericana que sirvió durante la invasión irakí en Kuwait en 1990.

(2004) *No pienses en un elefante*, y el elefante está de repente allí. En tanto se intentan desactivar las metáforas bélicas para referirse a la pandemia del covid-19, en muchas ocasiones, se produce el efecto contrario y la metáfora se reactiva.

## #ReframeCovid

Antes de adentrarse en la campaña acerca del *#ReframeCovid*, es importante considerar qué se entiende conceptualmente por el término *frame*, puesto que dicho concepto forma parte de su eslogan. En el análisis de la comunicación, y en especial en el mundo de los medios informativos, es habitual escuchar o leer acerca de la Teoría del Encuadre o Teoría del *Framing* que deviene precisamente del término *frame* y que en inglés significa cuadro/marco. Esta teoría, que recupera el concepto de *frame* acuñado originalmente por la psicología cognitiva, permite analizar el marco social y el esquema mental como organizadores de la experiencia. De esta manera, se expande el significado original de *frame* desde lo individual a lo colectivo, desde lo psicológico a lo sociológico. A su vez, comienza a ser incorporado en los estudios de los *mass media* al considerar que tienen una gran capacidad de formar y modificar los marcos sociales de interpretación, a partir de la intervención en la creación de un discurso social compartido.

De acuerdo con Lakoff (2004), “los marcos son estructuras mentales que moldean nuestra visión del mundo. Por lo tanto, moldean los objetivos que perseguimos, los planes que trazamos, el modo en que actuamos y lo que consideramos un buen o mal resultado de nuestras acciones” (p. 4). En definitiva, si los marcos se relacionan con la forma en la que el sujeto percibe lo que lo rodea, entonces modificar esos marcos “es modificar todo esto, así que un cambio de marco es un cambio social” (p 4).

Si se tiene en cuenta esta definición acerca de los marcos, puede afirmarse que la metáfora es una manifestación que transmite el *frame* cuyo proceso se haya estrechamente relacionado con el marco cultural que regula su transmisión y que supone el uso de unos encuadres típicos de la misma.

Desde las ciencias sociales se han puesto a prueba diferentes metáforas, valores, narrativas, mensajes y otras estrategias de encuadre para descubrir la mejor manera de estimular nuevas formas de pensar acerca de los problemas sociales y sus soluciones. Es así como en marzo de este año surgió el proyecto *ReframeCovid* que promovía el uso de diversas maneras de hablar acerca de la pandemia sin utilizar referencias bélicas. Esta iniciativa colectiva, sostenida principalmente por las universidades españolas de La Rioja, Zaragoza,

Valladolid, Navarra y Valencia, así como la británica Lancaster y la norteamericana Columbia, tuvo como objetivo superar el marco lingüístico bélico sobre el coronavirus. Desde su propia consideración, la campaña no ha tenido intenciones de juzgar o dar lecciones sobre cómo hablar acerca de la pandemia, sino que el fin ha sido invitar a la reflexión acerca los efectos y las consecuencias emocionales del uso y también del abuso de una determinada metáfora.

Prontamente, el eslogan se convirtió en un *hashtag* y se creó un documento abierto y colaborativo que contemplaba nuevas formas de hablar sobre la pandemia, con más de 450 ejemplos en 24 idiomas.<sup>3</sup> Tal como se observa y describe la página web de esta iniciativa,<sup>4</sup> se abrió así un repositorio digital para “para promover formas no bélicas de lenguaje sobre el covid-19 (...) metáforas y otros tipos de lenguaje figurativo para motivar y unir a la población en estos tiempos difíciles”.

En dicho documento, se pueden encontrar metáforas convencionales, pero también algunas más creativas como la comparación entre el contagio y una caja de fósforos, el virus con un meteorito que va a destruir el planeta, o el propio contexto pandémico con una partida de ajedrez. Una de las metáforas que destaca la lingüista Ibarretxe-Antuñano, promotora del movimiento, es aquella que remite a la brillantina para hablar de la existencia y propagación del virus: da igual lo cuidadoso que uno sea cuando se manipula o se está cerca de algo que contenga brillantina porque, al final, hay brillantina por todas partes, incluso en los sitios más insospechados. En este caso, se utiliza un concepto que normalmente se considera positivo para dar viveza de manera negativa. Otras metáforas son las propuestas por Olza (2020) que retoma a Semino y recurre a nuevas referencias espaciales. En el lugar de sostener “ganaremos la batalla al virus”, puede pensarse que “nuestras casas y ciudades quedarán libres de virus”. O en vez de decir “hay que vencer juntos al enemigo”, puede manifestarse “debemos recuperar juntos nuestros espacios de salud”.

En definitiva, al observar al mundo y a la realidad a partir de las metáforas que habitan en cada cultura, la propuesta de *#ReframeCovid* invita, por un lado, a explorar la retórica que se utiliza para hablar de la pandemia del covid-19. Y por otro, a salirse de los parámetros usuales de comprensión para dar cuenta que, bajo expresiones aparentemente neutrales, se esconden los horizontes de posibilidad/imposibilidad que provee cada imaginario social.

---

<sup>3</sup> El documento compartido se encuentra disponible en <https://bit.ly/3rUhorQ>

<sup>4</sup> La web de la iniciativa es <https://bit.ly/3cya3ro>

## Conclusiones

El objetivo de este trabajo era realizar una aproximación a las campañas comunicacionales de resistencia y movilización frente al uso de metafóricas bélicas para abordar la pandemia del covid-19. Para ello, se analizó la iniciativa *#ReframeCovid* que tuvo su origen en 2020 y que se extiende hasta la actualidad. Su principal característica ha sido la invitación a pensar en marcos metafóricos alternativos frente al marco metafórico predominante que es el de la “guerra contra el coronavirus”.

Al igual que en otros contextos epidémicos o pandémicos, se observa una militarización del lenguaje en los discursos que circulan en la esfera pública. Este lenguaje es clave para construir una determinada narrativa en torno a un tema considerado de interés para el público, en este caso, el covid-19. Desde una perspectiva foucaultiana, los sujetos y los mundos de los que hablan son construidos sistemáticamente por el discurso. Este va más allá del texto y se conforma como un sistema de pensamiento que incluye ideas, actitudes, acciones, creencias y prácticas. El discurso ejerce poder, puesto que induce a comportamientos y transmite ideología.

Como tal, uso de metáforas bélicas no es inocuo, dentro de esta narrativa “se define un enemigo, se declaran estrategias para derrotarlo y se asigna un rol a los actores sociales relacionados con dicho enemigo, situando a las personas en categorías de héroes, víctimas y villanos, cuyo simbolismo estructura el escenario incierto” (Rojas, Micolich, Dittbon y Salas, 2020 p. 709).

Por este motivo, resulta fundamental para los cientistas sociales abrir nuevos debates que permitan re-enmarcar discursivamente la actual pandemia. La labor se centra en evidenciar cómo el uso de la retórica bélica –o de cualquier otra retórica– afecta y construye aquella realidad que busca describir, impactando en la subjetividad de las personas. Como dijo el poeta inglés Samuel Johnson (2008 [1779-1781], p. 49), el “lenguaje es el vestido de los pensamientos”; la propuesta es desnudar los pensamientos y volver a vestirlos.

## Referencias bibliográficas

- Castoriadis, C. (2007) [1989]. *La institución imaginaria de la sociedad*. Tomo II. Trad. por Antoni Vicens y Marco-Aurelio Galmari. Barcelona: Tusquets. Disponible en <https://bit.ly/3dXmAXR>
- Ibarretxe-Antuñano, I. (2008). *Metáforas de la visión para el intelecto: ¿Son realmente translingüísticas?* En Journal of the Spanish Association of Anglo-American Studies, 15-33. Disponible en <https://bit.ly/3eHXiNL>
- Lakoff, G. (1993). The Contemporary Theory of Metaphor. En A. Ortony (Ed.), *Metaphor and Thought*, 202-251. Prensa de la Universidad de Cambridge. Disponible en <https://bit.ly/2Qctej2>
- Lakoff, G. (2004). *Don't think of an elephant*. Chelsea: Green Publishing. Disponible en <https://bit.ly/3cFrFBO>
- Lakoff, G.; y Johnson, M. (1986) [1980]. *Metaphors we live by*, Chicago, University of Chicago Press. (Trad. esp., *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid, Cátedra, 2001). Disponible en <https://bit.ly/3eM05oY>
- Lizcano Fernández, E. (2006). *Metáforas que nos piensan. Sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones*. Madrid: Traficantes de Sueños. Disponible en <https://bit.ly/3kyczBD>
- National Cancer Institute (2020). Developmental Therapeutics Program. National Cancer Act of 1971. Disponible en <https://bit.ly/37X3lcW>
- Nerlich, B. (2020). *Metaphors in the time of coronavirus*. Blog Making Science Public of University of Nottingham. Disponible en <https://bit.ly/3r6Jgs5>
- Olza, I. (2020). Cómo contar una pandemia global, narrativas metafóricas en conflicto. Segunda sesión del *Conversatorio virtual Usos y (des)usos del lenguaje y los discursos en el contexto de la pandemia por covid-19*, Centro INAH Michoacán, 18 de junio de 2020. Disponible en <https://bit.ly/302W9Yw>
- Poirier, N. (2006). *Castoriadis: el imaginario radical*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Rojas, D., Micolich, C., Dittbon, M. y Salas, S. (2020). Sobre héroes, enemigos, víctimas y batallas en los tiempos del COVID-19. En *Revista Médica de Chile*, 148(5), 707-711. Disponible en <https://bit.ly/2ZYOri0>
- Rojas Miranda, D. y Fernández González, L. (2015). ¿Contra qué se lucha cuando se lucha? Implicancias clínicas de la metáfora bélica en oncología. En *Revista Médica de Chile*, 143(3), 352-357. Disponible en <https://bit.ly/3uLEQZU>
- Shannon, S. (2020). *The coronavirus pandemic is truly like a war*. Blog madness: tales of a retired emergency room nurse. Disponible en <https://bit.ly/3sCghg9>
- Semino, E. (2019). *A Metaphor Menu for people living with Cancer*. Universidad de Lancaster. Disponible en: <https://bit.ly/3kY7JfF>
- Soriano, C. (2012). La metáfora conceptual. En Iraide Ibarretxe-Antuñano y Javier Valenzuela (Coords.). *Lingüística cognitiva* (97-121). Barcelona: Anthropos. Disponible en: <https://bit.ly/3bQCxw7>
- Sontag, S. (1996) *La enfermedad y sus Metáforas* [1978]; *El sida y sus Metáforas* [1989]. Madrid: Editorial Taurus. Disponible en <https://bit.ly/37ZkCIR>
- Sontag, S. (2008) [1984]. *Contra la interpretación*. Trad. por Horacio Vázquez Rúa Buenos Aires: Debolsillo. Disponible en <https://bit.ly/3r7bAL8>
- Wunenburger, J. (2008). *Antropología del imaginario*. Buenos Aires: Ediciones del Sol. Disponible en <https://bit.ly/305mgOg>
- Zemelman, H. 1992. La educación como construcción de sujetos sociales. En *La Piragua* 20, 12-18. Santiago de Chile: Consejo de Educación de Adultos de América Latina, Ceaal. Disponible en <https://bit.ly/3blPdVG>