Nº 5– REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS – ISSN: 1697 - 8293

UNA APROXIMACIÓN A LA HISTORIA DE LA RETÓRICA

Francisco García García

Catedrático de la Facultad de CC. de la Información. UCM.

Resumen

El artículo *Una aproximación a la historia de la retórica* centra su atención no tanto en un análisis histórico del devenir de la retórica a lo largo del tiempo, cuanto en los nuevos contenidos y perfiles de una retórica que se actualiza por su implicación en los nuevos medios, en los nuevos tipos de discursos, en las nuevas funciones sociales y de relación humana. No se trata pues de una inscripción de los grandes hechos, estudios e investigaciones retóricas a lo largo del tiempo. El objetivo consiste en enfatizar el concepto de retórica vinculado a la comunicación y por el que se explican las funciones de argumentación, persuasión y expresión estética y comunicativa. Recobrar el valor de la palabra, del sentido del discurso, de la eficacia de la retórica, del compromiso de quien habla , el decir compromete ese es uno de los objetivos. Se hace un recorrido por las grandes obras retóricas y por los manuales de retórica. Los últimos tiempos con la invención y desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación le han hecho muchas preguntas a la retórica, como instrumento de la comunicación persuasiva y argumentativa.

Palabras clave

Historia – Retórica - Filosofía de la Retórica - Bibliografía de la Retórica – Neorretórica - Tecnología - Internet

Abstract

This article studies the new contents and key points of rethoric as it changes with new media, with new kind of discourses, new social functions and new human relationships. It doesn't study the insertion of the great events, studies and rethorical researches in time. The aim is to enphasize the concept of rethoric as it is related to communication and its capacity to explain the functions of argumentation, persuasion and esthetic communicative expression. The aim is also to gain back the value of the word, the meaning of the discourse, the efficacy of rethoric, the committment of the speaker, because to speak means to committ with something. In this article there is also a review of the most important works about rethoric, and of the most important manuals in the field. During the last years, thanks to the invention and development of the Information and Communication Techonologies, a lot of questions have been asked to rethoric as an instrument of persuasion and argumentation.

Keywords

History – Rethoric - Phylosophy of Rethoric - Bibliography of Rethoric - Neorethoric – Technology - Internet

La importancia del estudio de la retórica alcanza su sentido en la revisión misma que está necesitando la retórica como refundación y como actualización de su presencia en los nuevos tipos de discursos así como en su función social en los ámbitos de siempre y en las nuevas situaciones humanas. Nuestro objetivo no es por tanto un análisis histórico en si, ni siquiera una inscripción de los grandes hechos, estudios, investigaciones retóricas en fragmentaciones temporales que determinen una periodización histórica de la retórica; nuestro objetivo se entra más bien en momentos y temas fundamentales de la retórica, en una reflexión de su contenido, de su sentido histórico y sobre todo en una reflexión sobre su futuro.

1. De la eficacia retórica al compromiso de la palabra

En el centro de toda la discusión sobre la retórica está la convicción de que las palabras significan; tienen la capacidad de referenciar el mundo y de inventarlo; de decir en sentido recto y figurado; de decir la verdad y de mentir; de evadirse y comprometerse; de generar confiabilidad y desconfianza. De lo que no cabe duda es de su eficacia para comunicar, convencer, persuadir, argumentar y de expresar estéticamente. Visto así, la retórica es, como tantas veces se ha dicho, un instrumento comunicativo muy poderoso en las manos de los hombres. Y quien dice del discurso verbal, dice de todo tipo de discurso, ya sea verbal, audiovisual o digital; de función, ya sea informativo, histórico, ficcional, didáctico, publicitario; de medio comunicativo; de género; o de formato.

Previa a la teorización de la retórica en la antigua Grecia, la práctica retórica debió de ser constante, como se puede colegir de las grandes obras literarias desde la Iliada (antes de 700 años antes de Cristo) o la Odisea con bellísimas aposiciones, atribuciones y metáforas, como: Aquiles, el de los pies ligeros; la aurora, la de los rosados dedos; Telémaco, el que hiere de lejos; hasta Esquilo con su Edipo Rey o Las Euménides (458 a C.) o Tucídides (47-400 a C.)

Como indican José Antonio Hernández Guerrero y María del Carmen García Tejera (1994,17) que han escrito una Historia Breve de la Retórica, y Mortara Garabelli (1991,19), el nacimiento de la retórica está unido también al descubrimiento y al reconocimiento del valor cognoscitivo y educativo de la reflexión sobre la lengua.

Se considera a Empédocles de Agrigento el fundador de la Retórica, pero el primero que escribe un manual de retórica, conjunto de reglas y consejos, fue Córax de Siracusa que se utilizó en la defensa de reclamaciones de devoluciones de propiedades confiscadas por el tirano Trasíbulo; a la vuelta a la democracia los propietarios necesitaban persuadir a los tribunales para generar verosimilitud e incluso certeza. Con esa finalidad se propusieron reglas y normas retóricas para hacer más convincentes los argumentos de cada uno de los que reclamaban las tierras que en ocasiones eran coincidentes en defender como propia una misma propiedad. El desarrollo de estos recursos ya dividió el discurso retórico judicial en tres partes.

Las actitudes respecto a la retórica han sido de todo tipo unas defendiéndola de las acusaciones fundamentalmente de falsa realidad, de pura apariencia, de vacuidad, de arte ornamental, cuando no de contraria a la ética y, otras defendiéndola y aportando argumentos de su capacidad comunicativa, expresividad e instrumento educativo y al servicio de la ética. En algunos casos un mismo autor ha sostenido diferentes posturas a lo largo de su vida, como Platón y San Agustín. Actualmente se la considera un importante instrumento para la comunicación y se trasladan sus valores positivos o negativos al uso que los hombres hagan de ella.

La primera valoración negativa de la retórica nace del concepto que adquirió la palabra sofista. A mediados del siglo V a. C. las técnicas preceptivas de Córax y Tisias; las ideas psicagógicas de Empédocles de Agrigento, que *intenta provocar más que una reacción emotiva, una comunión* (Hernández Guerrero y García Tejera, 1994,19); y las doctrinas pitagóricas de los contrarios (figura de la antítesis) y la politropía (a cada modelo de auditorio, su modelo de discurso) se presentan como el contexto social, educativo y cultural en que se desarrollan las teorías sofistas, cuyos autores y profesores se destacaban por el uso formal del lenguaje, del humanismo y del nuevo saber aplicado a la enseñanza de la lengua, la literatura, la ciencia, la filosofía y la oratoria. Fue el mal uso de la retórica, el enriquecimiento de algunos de los sofistas cobrando precios excesivos a sus servicios, algunos criterios filosóficos de fondo eliminando todo criterio objetivo en la elaboración del conocimiento, el único objeto del logos retórico es la opinión (*doxa*), como dicen Hernández Guerrero y García Tejera (1994, 22) refiriéndose a las teorías de Gorgias, *la palabra aunque no sirve para representar ni para transmitir la realidad, es útil para persuadir a los hombres. Desde esta perspectiva es fácil comprender que Gorgias desarrollara las teoría del kairós (oportunidad); que la base de sus argumentos fuera la probabilidad (eikós), y que se esforzara al máximo para crear una prosa poética.*

La lista de los sofistas es muy amplia, Protágoras de Abdera (481-411 a.C.), Georgias de Leontino (485-380 a. C.), Antifonte (480-411 a. C.), Lisias (459-380 a.C.), Iseo de Cálcide (420-350 a.C.), Isócrates (436-338 a.C.)

El posicionamiento antirretórico de Platón (427-347 a.C.) dirigido fundamentalmente contra los sofistas, coetáneo de alguno de ellos, se inscribe en su diálogo Gorgias, basándose en las intervenciones de Georgias, Polo y Calicles, y que también muestran una gran animadversión contra

la filosofía socrática. Considera a la Retórica como un truco para alagar y seducir al auditorio; como una habilidad táctica para influir en auditorios ignorantes; como persuasión no basada en la verdad que trata de influir en los sentimientos y comportamiento de los hombres ingenuos e ignorantes apoyándose en muchos recursos decorativos. Exige que la retórica se apoye en la verdad y por tanto en la Filosofía. Esta oposición entre retórica sofista y retórica filosófica supuso para Platón una fuente de reflexiones y un cambio en cuanto al concepto de retórica, que para él ya solo sería la retórica filosófica. Es en Fedro, seguramente su diálogo más complejo donde Platón se plantea el fundamento de la retórica y su sentido moral, según Kennedy esta nueva visión de la retórica le sirvió a Aristóteles de programa para su enseñanza.

La retórica en cuanto una disciplina verdadera se basa en el ser, dice Platón, la retórica falsa, la sofista, en el parecer; sus objetivos son bien diferentes, la primera pretende formar el espíritu y partiendo de la verdad, se dirige al aprendizaje del arte de pensar; la segunda, desde la verosimilitud, utiliza fórmulas vacías y tiene como fin el arte de hablar. El descrédito de la retórica tantas veces mencionado, no se debe a la palabra, sino a su mal uso.

Desde muy pronto el gran Aristóteles (394-322 a. C.), figura central y referencia de la Retórica, una vez superadas algunas reticencias, empieza a construir una verdadera ciencia y una sabiduría que ha llegado a nuestros días y ha producido benéfica influencia en la elaboración de la teoría de la comunicación actual. En otro momento volveremos sobre la Retórica de Aristóteles, baste por ahora, su sentido positivo, la aportación esencial a la Ciencia Retórica y su función cardinal en la retórica y la filosofía.

Antes de que lleguemos a San Agustín (354-430), otros autores importantes tanto por su defensa de la retórica como por sus grandes aportaciones científicas, como Dionisio de Halicarnaso (60-5 a.C.) Horacio , Tulio Marco Cicerón /106-46 a. C.), Cornelius Tácito (54-120) y Fabio Quintiliano (35-96), que ofrecieron a la retórica verdaderos tratados teóricos y prácticos y una actitud ante la misma decididamente positiva.

La Iglesia en un principio ofreció una postura más bien reactiva respecto a la retórica, basándose en ideas ya conocidas, como la fatuidad y vanidad, la superficialidad, la oposición en la palabra verdadera, la divina, el *Verbum*, (con mayúscula) y la palabra humana, el verbum.

San Agustín (354-430) es un claro ejemplo de las diferentes actitudes ante la retórica, se formó muy bien técnicamente en los conocimientos de la retórica que aprendió y posteriormente enseñó, pero cuando se convierte a la fe cristiana, como se observa en las Confesiones, abominó de ella por considerarla falsa y perjudicial. Su actitud cambió radicalmente viendo que podría ser muy útil para la enseñanza de la fe por su elocuencia y capacidad de persuasión. En su De Doctrina Cristiana San Agustín, Obispo de Hipona, sienta las bases de una retórica cristiana basada en la primacía de la Verdad, la moderación y el uso de las técnicas adecuadas siguiendo objetivos de la retórica ciceroniana a través del docere, enseñar las verdades cristianas; delectare, defensa y apología de la verdad; y el movere o flectere, mover al pecador a que se arrepienta. Agustín de Hipona no sólo utiliza la retórica para la predicación de la fe cristiana sino que además crea sus propias teorías e incluso genera el *estilo cristiano*, que se caracteriza por la defensa del uso de la claritas y perspicuitas, el uso moderado de las figuras retóricas por su atractivo para los auditorios e incluso la delectación o cómo evitar el tono áspero o desagradable en las predicaciones y los sermones, así como la utilización de los estilos ciceronianos: el estilo bajo para la enseñanza, el mediocre para la alabanza y el sublime para la reprensión y la exhortación del bien.

San Agustín es un autor importante para la historia de la retórica en cuanto que enlaza la retórica antigua con la medieval, genera las bases de una retórica cristiana y es un claro ejemplo del buen uso de la retórica desde la vertiente ética, adecuando las estrategias, las técnicas y los estilos a cada situación comunicativa.

Si diéramos ahora un gran salto desde San Agustín a la llamada Nueva Retórica, valorando bien es cierto el significado de la retórica en la Edad Media, cuando era una de las materias del trivium; en el Renacimiento, con su célebre querella ciceroniana; en el Barrroco con las relaciones deleitar/convencer/, asianismo/aticismo, culteranismo/conceptismo; en los siglos XVIII y XIX con sus escuelas de teoría y práctica retórica que desembocaría finalmente en la decepcionante Retórica Perceptiva; observaríamos de nuevo una decadencia considerable de la retórica que proporcionaba fórmulas vacías para una educación formal y rutinaria en toda la primera mitad del siglo XX, y por tanto una percepción negativa de la retórica.

Pero antes de responder a ese nuevo planteamiento de la Nueva Retórica, tan citado y admirado, es preciso pararse en medio del discurso para oir a Locke en su *Ensayo sobre el entendimiento humano*, si lo esencial del lenguaje es su capacidad de modelar nuestras ideas sobre la realidad es necesario analizar el instrumento de expresión. A tal efecto considera que el uso lingüístico se caracteriza por la claridad, la precisión y la fidelidad y lo opone al uso retórico que oscurece en vez de aclarar, que oculta en vez de descubrir, que vela en vez de desvelar, según recoge De Bustos (2000, 51) La percepción que tiene Locke sobre el discurso retórico no puede ser mas negativa, pero también más parcial e irreflexiva. Después de hacer una reflexión sobre las características de la retórica como imperfecciones o abuso del lenguaje solamente admisible para los discursos destinados al halago y al placer, arremete más duramente contra la retórica: *Sin embargo, si pretendemos hablar de las cosas tal como son, es preciso admitir que todo el arte retórico, exceptuando el orden y la claridad, todas las aplicaciones artificiosas y figuradas de las palabras que ha inventado la elocuencia, no sirven sino para insinuar ideas equivocadas, mover las pasiones y para reducir así el juicio, de manera que en verdad no es sino superchería*. Bien le hubiera podido advertir Pascal que podría ser un error menospreciar un fenómeno de la comunicación esencial al ser humano, haciéndole ver la autonomía e irreductibilidad de la metáfora a paráfrasis literales, que posee un excedente expresivo que le facilita el acceso a hechos o realidades que no se pueden expresar en el lenguaje literal. Desde otra perspectiva Nietzsche le haría también alguna referencia basada en sus teorías sobre la imposibilidad de trazar una frontera claramente delimitada entre lo literal y lo metafórico. Dada que ninguna denominación abarca la realidad que nombra, es esencialmente metafórico, es más, *no existe ninguna expresión real y ningún conocimiento independiente de la metáfora… las metáforas más corrientes, las usuales pasan ahora por verdades y como criterios para considerar las más raras (…) Conocer no es sino trabajar con metáforas favoritas, una imitación que ya no se experimenta como tal* (Nietzsche, 1872) Muchos otros autores entrarían de nuevo en el debate del sentido de la metáfora y de la retórica en el lenguaje y en la realidad, pero debemos avanzar más rápidamente.

A mediados de los años 50 del siglo XX aparece una nueva forma muy positiva de entender la Retórica, un movimiento denominado como la Nueva Retórica, reacción que nació como consecuencia de un largo periodo de decadencia de la retórica prácticamente en todos los ámbitos. Tres son las grandes corrientes de la Neorretórica, según Pozuelo Ivancos (1988), la retórica filosófica centrada en el valor de la vinculación con la filosofía y la interdisciplinariedad, pero, sobre

todo, en activar el pensamiento no solo deductivo, sino argumentativo, como defienden Perelman y Olbrechts-Tyteca (1958) en su *Tratado de la Argumentación. La Nueva Retórica*. Las nuevas relaciones entre lingüística y retórica, supone la segunda de las grandes corrientes de la renovación de retórica a partir de los trabajos de Jakobson (1960, 1963), Roland Barthes (64, 67), Gerard Genette (1967, 1968, 1972), Todorov (1967, 1974). La tercera forma de manifestación de la Nueva Retórica es la concepción de una Retórica General, que ya adelantara Roland Barthes y que ha definido el Grupo m en su Retórica General. En este mismo contexto se sitúa el New Cristicim que podría entenderse como la ciencia general del discurso que bebe de nociones clásicas y se fija en una orientación didáctica y práctica. Cuando la retórica intensifica su valor, parece deducirse de este brevísimo recorrido histórico, se liga a su conexión con la Filosofía, con la Dialéctica, con el pensamiento, con la fuerza expresiva, con su sentido práctico, didáctico y su vinculación a la ética; cuando se olvida de estas relaciones, y la retórica sólo busca el efecto persuasivo, el parecer y la expresividad ligera, en definitiva, el mal uso de la palabra, entra en decadencia.

Para la retórica es esencial no perder de vista la ética, el saber que las palabras significan y exigen comportamientos. Cuando digo prometo, recuérdese a Searle, no solo digo prometo, sino que realmente prometo, hago un acto, el acto de prometer y como tal agente, soy responsable de cumplir esa promesa. Toda la teoría de los actos del lenguaje ha dejado bien claro que las palabras son actos. En múltiples ocasiones he dicho que el decir compromete. Desde Aristóteles a Searle o Habermas, por citar solo a teóricos de la comunicación, la palabra es algo que se ha de tomar muy en serio. La ley misma le da una importancia definitiva a la palabra. LaBiblia, Freud, muchos de los estudiosos de los medios de comunicación actuales, consideran que las palabras generan realidad social o creadora. *Y dijo Dios hágase la luz y la luz fue hecha*.

2. De la filosofía de la retórica a las aplicaciones prácticas

2.1. Filosofía y retórica

Ligado con el capítulo anterior hay que recordar que una de las concepciones más potentes en los estudios filosóficos del lenguaje es la conexión que existe entre significado y verdad. Eduardo de

Bustos (2000) quiere que la piedra de demostración de esta relación sea la metáfora. Después de descartar la propuesta de autores como Paul Ricoeur (1975) con la teoría de la verdad metafórica en términos de mimesis, y la de Donald Davidson (1978) para quien las expresiones literales no tienen significado diferente del significado literal y por tanto si no hay significado metafórico tampoco hay verdad metafórica, Eduardo de Bustos hace un breve recorrido por las relaciones entre metáfora y filosofía de la ciencia, y, metáfora y metafísica. La función de las metáforas en el progreso de la capacidad para establecer inferencias o implicaciones, o para constituir modelos de la realidad o la experiencia es muy destacada según R.E. Davidson, 1976), *la metáfora es por tanto un componente central en la inferencia y el razonamiento analógicos*, como recuerda De Bustos. Pero es más desde un punto de vista epistemológico se ha debatido sobre el papel de las metáforas en la elaboración de nuevas teorías y de hipótesis científicas, según mi opinión conformarían un nuevo tipo de hipótesis, hipótesis creativas. Al menos deberíamos centrar esta discusión en lo que se ha denominado contexto de descubrimiento, se trataría entonces de procedimientos heurísticos utilizados en la práctica científica y en una especie de ubicuidad de la metáfora en toda actividad científica tal como opinan M. Hesse, 1966; R.Boyd, 1979; R.R.Hoffman, 1985. En resumen y siguiendo a Hoffman (1985) citado por Eduardo de Bustos (2000) la metáfora se manifestaría en la teorización científica, entre otras, en las siguientes formas: metáforas raíz o metáforas básicas que conceptualizan un ámbito de la realidad (el mundo como mecanismo, la sociedad como organismo…); como formulación de hipótesis o principios a partir de metáforas explícitas; como imágenes basadas en metáforas o modelos mentales; como modelos sustantivos basados en metáforas que generan relaciones causales o funcionales (el modelo planetario de la estructura del átomo); como modelos matemáticos basados en metáforas; como analogías basadas en metáforas que ilustran relaciones específicas. A lo que hay que añadir las funciones de predicción, descripción y elaboración de nuevos modelos y fenómenos.

Existen por otra parte configuraciones científicas, que ya estaban definidas en la retórica, como son todos los elementos de oposición, eliminación de partes, reordenación, contrastación, comparación, elucidación, condensación y cambio.

En el estudio que hace De Bustos entre Metáfora y Metafisica se inscribe un recorrido de un inmenso interés epistemológico. A partir del giro lingüístico llevado entre otros por R. Rorty (1967) no se trata del estudio lingüísticos de la naturaleza y funciones de la metáfora, sino de transferir las

consecuencias de esos estudios a los problemas tradicionales de la epistemología y la ontología. Según Hausman (1989) *la metáfora se fundamenta en la inteligibilidad, o sea requiere como condición necesaria la captación, construcción o reconstrucción de relaciones entre referentes o designata de los signos utilizados metafóricamente. Tratar de comprender la estructura de la metáfora*, sigue diciendo Hausman, *es intentar comprender la estructura de algo que contribuye a la inteligibilidad del mundo*. Más adelante el mismo Hausman citando a I.A.Richards, se pregunta con él: *¿Cuál es la conexión entre la mente y el mundo que hace que acontecimientos en la mente se refieran a otros acontecimientos en el mundo?*

Otras muchas conexiones se pueden establecer entre metáfora y realidad, entre percepción y construcción del mundo social y metáfora. La escuela de Frankfurt ha estudiado la metáfora como recurso expresivo y persuasivo del poder. Más importante es si cabe la presencia de la metáfora en la conceptualización de la vida social cotidiana, la vida familiar, la concepción del trabajo (como mercancía, como sistema de agentes, como redención, como sentido para la vida…) J. Derrida (1971) ha dicho que *la metáfora es la única tesis de la filosofía.* La verdad es que es una figura retórica sobre la retórica, una metarretórica, que remite a toda la historia de la filosofía y cultura de occidente basada en las relaciones materia/forma, cuerpo/espíritu, virtual/actual.

No podemos dejar pasar aquí la influencia que la retórica misma tiene sobre la comprensión de la realidad. Con el concepto de Paul Ricoeur de metáfora referencial podemos entender los aspectos de la realidad que quedarían ocultos ante nosotros si no fueran desvelados por las luces de la metáfora. El mundo es más mundo cuando lo representa la metáfora.

Eduardo de Bustos (2000, 31) lo dice definitivamente: *La reflexión sobre la metáfora pone pues a la filosofía ante sí misma, ante su naturaleza y ante su historia.*

Cuando Platón buscaba las conexiones entre filosofía y retórica pensaba que era más bien la retórica la que estaba necesitada de la filosofía para sostener un estatus de dignidad, ahora hemos observado no sólo el mutuo enriquecimiento, sino la expresión singular de la necesidad de la retórica que siente la filosofía.

La tentación es muy intensa para no abandonar este campo de las intensas relaciones entre filosofía y metáfora, que no es sino el ejemplo mas significativo de las múltiples relaciones entre

retórica y filosofía y ciencia, pero necesariamente hemos de observar las aplicaciones prácticas que el mundo exige a la retórica, y cómo la retórica ha manifestado su enorme caudal a través de los diferentes tipos de discursos, reglas y orientaciones materializadas de diferentes formas como han sido en muchos casos los tratados y manuales de retórica.

La retórica desde sus principios enseguida encontró sus aplicaciones a los discursos políticos, jurídicos, estéticos, educativos, literarios y religiosos, entre ellos. El mismo Aristóteles estudio los tipos de géneros: El deliberativo, propio del Parlamento; el epidíctico, cuya misión es agradar por medio de la presentación de unos valores y unos modelos, su función no es tanto demostrar como mostrar; y el género judicial cuyo objeto es la justicia o injusticia de los hechos, y su fin es reparar las injusticias.

2.2. Los orígenes en la Antigua Grecia

Nuestra visión del mundo centrada en Occidente tal vez pudiera hacernos desenfocar el problema de los orígenes y el desarrollo de la retórica. En principio la retórica como nos recuerda Kennedy (1998, 3), no tendría por qué ser patrimonio del mundo occidental, sino que más bien se trataría de un fenómeno universal, de una forma de energía mental y emocional, se enraizarían en el comportamiento humano y se relacionaría con reacciones emotivas con base en el cerebro y que pudieran responder al instinto humano de conservación. Se ha dicho muchas veces, hay una retórica general, pero pudiera ser que solo pensáramos que esta afirmación era sólo válida para Occidente, pero es válida para todo el mundo y para todo tiempo, y para toda cultura. Estemos hablando de Sócrates, Cristo, Confucio, Buda o Mahoma; estemos en Grecia o en Judea, o en Persia, en el Japón o en Egipto. Si nos centramos en Grecia, ya desde el siglo VII antes de Cristo. Desde el principio la retórica encontró pronto la forma en que recogería sus teorías, sus reglas y sus recomendaciones prácticas a través de los tratados y manuales de retórica. El primer manual de retórica tal vez se podría adjudicar a Corax de Siracusa (S.V a.C), cuyos principios fundamentales rezaban más vale lo que parece verdad que lo que s verdad, pues la verdad que no es creíble difícilmente es aceptada. En su *Arte*, Tisias empezó a sistematizar sus principios retóricos. Protágoras de Abdera (481-411ª.C.) escribió La Verdad (Alétheia) en la que afirmaba que *el hombre era la medida de todas las cosas*, y en *El arte de persuadir*, que *sobre cada cosa hay dos argumentos recíprocamente enfrentados.*

Gorgias de Leontino (485-380 a.C.) en el Encomio a Helena destaca el valor del poder persuasivo de la ilusión poética. Isócrates (436-338 a.C.) en Contra los sofistas (391, a.C.) y en Antidosis (351, a.C.) consideró que la función de la retórica es la formación del hombre, valoró por encima de otras ciencias el sentido común y concedió una importancia destacada a la opinión. En su discurso Panatenaico propone un ejemplo práctico de su método didáctico.

2.3. Los Retóricos Fundacionales

Platón (427-347 a. C.) con sus diálogos *Gorgias y Fredo*; Aristóteles con su *Retórica*, obra cumbre de la retórica de todos los tiempos, el diálogo *Grilo, Tópicos y Refutaciones Sofísticas, Theodectea y laPoética*; La *Retórica ad Herennium*; Cicerón con su *Invencione* (86 a.C.), *De optimo genere oratorum* (46 a..),*Partitiones oratoriae* (45 a.C.) *De oratore* (55 a.C.), *Brutus* (45 a.C.) y Orador (46 a.C.) como obra maestra; Horacio con su *Poética*; Quintiliano (35-96 d. C.) con su *Institutio Oratoria*; y San Agustín, con su *De Doctrina Cristiana* son los autores fundacionales de la Retórica Clásica. En diferentes momentos de este artículo serán analizadas sus obras.

2.4. Los tratados y manuales de retórica como expresión de las corrientes, teorías, prácticas y recomendaciones de la retórica.

Nos centraremos ahora muy especialmente en los manuales y tratados de retórica, su gran cantidad y variedad nos aconseja que nos limitemos a una relación reducida

2.4.1. Retórica griega

Hermágoras de Temnos (finales del S.II antes de Cristo)

Apolodoro de Pérgamo (104-22 a.C.) con su *Techné*

Rhetorica ad Alexandrum

Cecilio de Caleacte (S.I a.C.) con sus obras *Sobre las figuras* y *Sobre lo Sublime*

Dionisio de Halicarnaso (60 - 5 a.C.) con su obra *Antigüedades Romanas, Las figuras del estilo, Sobre Composición Literaria*

El Pseudo Longino con su *Sobre lo sublime* (260 d.C.)

Hermógenes de Tarso (160-225 d.C.) *con sus Progymnásmata, Sobre la Invención, Sobre la vehemencia del método, Sobre situaciones y Sobre los tipos de estilo*

Afntonio (2ª mitad del siglo IV d.C.) con sus *Progymnásmata*

2.4.2. Retórica latina

Marco Aurelio Cicerón con su *Topica* (44 a.C.)

Cornelio Tácito con su *Dialogus de oratoribus* (54-120 d.C.)

Suetonio con su *De viris illustribus* (49 d.C.)

Plinio, el Viejo, con su *Studiosus*

Plinio, el Joven, con su *Panegyricus*

2.4.3. Retórica Medieval

Alejandro de Villedeu con su *Doctrinale* (1119)

Marciano Capella con su *De nuptiis Philologiae et Mercuri*

Donato con su *Ars minor , Barbarismus, Ars mayor*

Prisciano con su *Institutio grammaticae (Construccionum o Priscianellus*)

Prisciano con su *Partitiones duodecim versus Aeneides principium*

Juan de Garlande con su *De arte prosayca, métrica et rihtmica*

San Agustin con su *De Doctrina Cristiana,*

San Agustin con su *Rhetorica sacra*

Casiodoro (477-570) con su *Instituciones divinarum et saecularium litterarum*

San Isisdoro de Sevilla (570-363) con sus *Etimologías*

Beda, el Venerable (+735), *Liber de schematibus et tropis*

Alcuino de Cork (735-804) con su *Disputatio de rhetorica et de virtutibus*

Rabano Mauro (+856) con su *De institutione clericorum*

Alberico con su *Dictaminum radii* (comienzos del siglo XIX)

Alberico con su *Breviarium de Dictamine* (comienzos del siglo XIX)

Dante con su *De volgari eloquentia*

Juan de Garlande con su *Poetria*

Mateo de Vendôme con su *Poetria nova* (1208-1213)

Godofredo de Vinsauf con su *Documentum de modo et arte dictando et versificandi*

Gervasio de Melkley con su *Ars versificatoria* (1215)

Everardo, el alemán con su *Laberintus*

San Gregorio Magno con su *Cura pastoralis* (519)

Guiberto de Nogent con su *Liber quo ordine sermo fieri deveat* (1084)

Alano de Lila con su *De arte predicatoria* (1119)

Roberto de Basevorn con su *Forma predicandi* (1322)

Alfonso X, el Sabio con su *Setenario*

Bachiller Alfonso de la Torre con su *Vision deleitable*

Raymon Lull con su *Rhetorica Nova*

Raymon Lull con su *Libre d`Evase et d`Aloma e de Blanquerna*

2.4.4. La retórica en el siglo XVI

Thomas Sebillet con su *Art Poétique Françoise* (1548)

Jorge de Trebisonda (1395-1560) con su *Retórica*

Luis Vives (1492-1540) con su *De ratione dicendi*

Desiderio Erasmo de Rótterdam (1469-1536) con su *De duplici copia rerum verborum* (1511) (Conocida como de *Copia verborum*)

Pietro Bembo (1470-1547) con su *Epistola de Imitatione*

Desiderio Erasmo de Rótterdam (1469-1536) con su *Ciceronianus*

Desiderio Erasmo de Rótterdam (1469-1536) con su *Eclesiastés*

Dolet con su *De Imitatione Ciceroniana* (1535)

Speroni Speroni con sus *Dialogos* (1542)

Thomas Wilson con su *Arte de Retórica* (1553)

Bataolomeu Cavalcanti (1556) con su *Retórica*

Miguel de Salinas con su *Retórica en Lengua Castellana* (1541)

Natta con su *Christianorum Eloquentia* (1562)

Lorenzo deVillavicencio con su *De formandis sacris concionibus*

Huarte de San Juan con su *Examen de Ingenios* (1575)

Agustín Valier con su *De Rhetorica Eclesiástica*

Juan Botero con su *De Predicatori Verbi Dei*

Francisco Panigarola con su *Il Predicatore*

Diego de Stella con su *Modus Concionandi*

Lipse y Erycius Puteanus con su *De laconismo sintagma*

Muret con su *Oratio* (1582)

Francisco Sánchez de las Brozas, el Brocense (1523-1601) con su *Organum Dialecticum et Rhetoricum* (1575)

Francisco Sánchez de las Brozas, el Brocense (1523-1601) con su *De Ratione Dicendi* (1553)

Miguel de Salinas con su *Retórica* (1541)

Arias Montano (1527-1598) con su *Retórica*

Jerónimo Vida con su *Poética*

López Pinciano con su *Philosophia Antiqua Poética* (1596)

Pedro Juan Núñez con su *Instituciones*

Pérez de Valdivia con su *De Sacra Ratione Concionandi*

Diego Valdés con su *Rhetorica Cristiana*

2.4.5. La retórica en el siglo XVII

Jesuita Padre Regio con su *Orador Christianus* (1612)

Jesuita Padre Strada con su *Prolusiones Academicae* (1617)

Godofredo Guillermo Leibniz (1646-1716) con su Característica Universales sus Métodos de la síntesis y análisis universal propone un arte combinatoria que permitiría alcanzar un saber conceptual consecuencia de descubrir todas las combinaciones posibles de los primeros elementos primitivos y sus conexiones en este reino de las verdades esenciales. En sus propias palabras el objetivo del genero de arte combinatoria sería *hallar una especie de alfabeto de los conocimientos humanos que permitiera, mediante la combinación de sus letras y el análisis de las palabras compuestas de aquéllas, descubrir y juzgar todo lo demás.*

Padre Josset con su *Rhetorica* (1650)

Padre Bernard Lamy con su *Rhetorique* (1675)

Jhon Smith con su *The Mysteries of Rhetorique Unvail`d* (1657)

Thomas Hall con su *Centuria Sacra* (1654)

Conde Teti con su *Aedes Barberianae* (1641)

Giambattista Marino con su *Dicerie sacre* (1614)

Emmanuele Tesauro con su *Panegirici sacri* (1633)

Emmanuele Tesauro con su *Idea Dell`arguta e ingeniosa elocucione* (1654)

Cipriano Suárez con su *De Arte Rhetorica*

Baltasar Gracián (1601-1658) con su *Agudeza y arte de Ingenio*

Francisco Cascales (1564-1642) con sus *Tablas Poéticas*

Jacinto Carlos Quintero con su *Templo de la elocuencia* (1629)

Agustín de Jesús María con su *Arte de orar evangélicamente* (1648)

Francisco Alfonso de Covarrubias con su *Instructio Predicatoris* (1650)

Carvallo con su *Cisne de Apolo*

Jiménez Patón con su *Mercurio Trimesgisto*

Fenelón (1651-1715) con sus *Diálogos sobre la elocuencia en general y la de la cátedra en particular*

Boileau ((1636-1711) con su *Arete Poética* (1674)

Lógica de Port-Royal (1662)

Pascal con su *De l`esprit géometrique (o Arte de Persuadir*) (1664)

Francis Baicon (1561-1626) con su *The Advancement of Learning* (1603)

Hobbes con su *Answer to Daveant´s Preface to Gondibert* (1650)

Thomas Blount ((1618-1679) con su *The Academy of Eloquence* (1654)

Thomas Sprat con su *Historia de la Real Society* (1667)

John Wilkins (1614-1672) con su *Eclesiastés* (1646)

John Locke con su *Ensayo sobre el entendimiento humano* (1690)

2.4.6. La retórica en el siglo XVIII

José Francisco de Isla (1703-1781) con su *Historia del famoso predicador fray Gerundio de Campazas, alias Zotes* (1758)

John Stirling con su *A system of Rhetoric*

David Hume (1711-1776) con su *Of Eloquence* (1743)

John Lawson (1712-1759) con su *Lectures Concerning Oratory*

Louis Cresolles con su *Traité de lection de lórateur, ou de la pronuntiation et du geste* (1657)

Thomas Sheridan con su *Lectures on Elocution* (1762)

Thomas Sheridan con su *Lectures on Reading* (1775)

John Walker (1873-1807) con su *The exercises for Improvement in Elocutio* (1777)

John Walker (1873-1807) con su *Elements of Elocution* (1781)

Lord Kames (1696-1782) con su *Elements of Cristicism*

George Campbell (1709-1796) con su *Philosphy of Rhetoric* (1776)

Hugo Blair (1718-1800) con su *Lectures on Rhetoric* (1783)

Melchor de Jovellanos con su *Curso de Humanidades Castellanas* (1794)

César Chesneau Du Marsais (1676-1756) con su *Des Tropes ou des différens sens dans on peut prendre un méme mot dans une méme langue* (1730)

Denis Diderot (1713-1784)

Étienne Bonnot de Condillac (1715-1780) con su *Art d´ecrire*

Carlos Rollin con su *Modo de enseñar las Bellas Artes, para ilustrar el entendimiento y rectificar el corazón*

Muratori con su *Regolata divozione de´ cristiani* (1747)

Muratori con su *Pregi dell´eloquenza popolare* (1750)

Giambattista Vico (1668-1744) con su *De nostri temporis studiorum ratione* (1708)

Domingo de Colonia (1660-1741) con su *Retórica* (1726)

Jose Juvencio con sus *Instituciones Poéticas* (1726)

Ignacio de Luzán (1702-1754) con su *Poética* (1729)

Ignacio de Luzán (1702-1754) con su *Retórica de las Conversaciones*

Francisco José Artigas con su *Epítome de la Elocuencia Española* (1750)

Gregorio Mayans y Siscar (1699-1781) con su *Orígenes de la Lengua Española* (1733)

Gregorio Mayans y Siscar (1699-1781) con su *Oración que exhorta a seguir la verdadera idea de la Elocuencia Española* (1727)

Gregorio Mayans y Siscar (1699-1781) con su *El orador cristiano* (1733)

Gregorio Mayans y Siscar (1699-1781) con su *Rheorica* (1757)

Alonso Pabón Guerrero con su *Rhetorica Castellana* (1764)

Calixto Hornero con su *Elementos de Retórica* (1777)

Antonio Capmay (1742-1813) con su *Filosofía de la elocuencia* (1777)

Antonio Capmay (1742-1813) con su *Teatro histórico-crítico de la elocuencia española*

Mariano Madramany y Calatayud con su *Tratado de la Elocución* (1795)

2.4.7. La Retórica en el siglo XIX

Richard Whately con su *Elements of Rhetoric* (1828)

Alexander Bain con su *English Composition and Rhetoric* (1866)

José Kleutgen (1811-1883) con su *Ars dicendi*

Pierre Fontanier con su *Manual Clásico para el estudio de los tropos o elementos de la ciencia del sentido de las palabras* (1821)

Antonio Capmay (1742-1813) con su *Tratado General de las figuras del discurso diferente a los tropos* (1825)

Antonio Teodoro Villa con su *Lezioni di eloquenza* (1862)

V.Fornari con su *Dell´Arte del dire* (1862-1866)

Francisco Sánchez Barbero (1764-1819) con su *Principios de Retórica y Poética* (1805)

José Gómez Hermosilla con su *Arte de hablar en prosa y verso* (1826)

Pedro Felipe Monlau con su *Los elementos de Literatura o Tratado de Retórica y Poética* (1842)

Luis de Mata y Araujo con sus *Lecciones elementales de Literatura* (1839)

Plácido María Orodea con su *Compendio de las definiciones y principios de Retórica y Poética con nociones de literatura antigua y moderna* (1846)

Claudio Polo con su *Retórica y Poética o Literatura Perceptiva* (1877)

F.Sánchez Casado con su *Retórica y Poética* (1881)

Hipólito Casas con su *Retórica y Poética* (1882)

Salvador Arpa y López con su *Compendio de Retórica y Poética o Literatura Perceptiva* (1878)

Raimundo de Miguel con su *Curso Elemental de Retórica y Poética* (1857)

Narciso Campillo y Correa con su *Retórica y Poética o Literatura Perceptiva* (1872)

Manuel Florez-Villamil con su *Nociones de Retórica y Poética o Literatura Perceptiva*

Miguel Yus con su *Elocuencia sagrada, Tratado teórico-práctico* (1879)

2.4.8. La Retórica en el siglo XX

Durante la primera mitad de este siglo la retórica sigue con la decadencia que había heredado del siglo XIX, pero es a partir de la Nueva Retórica cuando alcanza un nuevo resurgir y una potente innovación. Desde mi punto de vista se podría hablar incluso de una refundación de la retórica con las grandes aportaciones iniciadas por *Perelman y Olbrechts-Tyteca con su Traité de l´argumentation. La nouvelle rhétorique*, por una parte; por otra, la emergencia de los textos audiovisuales (cine, radio, televisión, video, videojuegos, imágenes digitales estáticas y dinámicas) y sus implicaciones en los géneros y formatos expresivos; por otra, los nuevos planteamientos que los textos hipermedia e Internet están planteando a la comunicación con sus características de interactividad, interacción, participación en la construcción textual de los lectores y receptores de estos medios como autores secundarios en su nuevo papel de lectoautores en muchas de las manifestaciones expresivas. En este sentido considero capitales las aportaciones del Grupo m con su

Tratado General del Signo Visual, la reflexión de Landow y el proyecto de investigación que está desarrollando el grupo de Retórica de Icono14.

Alfredo Galletti con *L´ Eloquenza* (1938)
Perelman y Olbrechts-Tyteca con su *Traité de l´argumentation. La nouvelle rhétorique (1958)*
Roland Barthes con su Retoric
Gerard Genette con su *Rhétorique et l´espace du langue* (1968)
Todorov
Chaïm Perelman con su *Rhétoriques* (1989)
Renato Barilli con su *Poetica e Retorica* (1984)
Grupo m con su *Retórica Fundamental*
Grupo m con su *Retórica General*
García Berrio
Fernando Lázaro Carreter con su *Las ideas Lingüísticas en España durante el siglo XVIII* (1949)
H. Lausberg con su *Manual de Retórica Literaria* (1975)
H. Lausberg con su *Elementos de Retórica Literaria* (1983)
Angel López García con su *Retórica y lingüística: una fundamentación lingüística del sistema retórico tradicional* (1985)
Tomás Albaladejo con su *Retórica* (1989)
Francisco Chico Rico con su *Pragmática y construcción literaria. Discurso retórico y discurso narrativo* (1988)
Carmen Bobes Naves con su *Metáfora*
Grupo μ con su *Teoría General del Signo Visual*

3. De Aristóteles al mañana

El sistema aristotélico ha dicho J Berrio (1983, 23) posiblemente es aún hoy el mejor tratado de retórica. Aristóteles toma por objeto de la retórica, al hombre mismo, todo lo que le atañe, pero muy especialmente la comunicación. Este valor de la retórica entendida como principio regulador general es recabado por Roland Barthes cuando dice que hay unos principios generales aplicables a todos los objetos sociales, que se materializan en aspectos particulares, así habría una retórica del

sueño, una retórica de la moda o una retórica de la literatura o de la pintura y muy especialmente una retórica de la imagen. La retórica piensa Aristóteles contrariando el parecer de Platón no es un truco, sino u arte con su propia tecné, y no se ocupa de una sola cosa en particular sino de un objeto general, se la considera sobre todo facultad y arte. *La retórica es la capacidad de considerar en cada caso lo que sirve para persuadir, este objeto no lo comparte con ningún otro arte, ya que cada una de las demás disciplinas abarcan solo la enseñanza y la persuasión de un objeto específico, como la medicina que trata sobre la salud y sobre la enfermedad; y la geometría sobre las propiedades de las magnitudes, y la aritmética sobre el número, y de modo semejante, las restantes artes y ciencias; la Retórica se ocupa por el contrario de cualquier cosa dada, por así decirlo, parece que es capaz de considerar los medios persuasivos en general, por eso decimos que no limita su estudio a ningún genero específico* (Rethorica,1355)

Aristóteles considera a la retórica tanto desde el punto de vista de los contenidos como el de la expresión. Y todo esto lo vincula por una parte a la lógica; por otro, a la dialéctica como estrategia; y finalmente a la ética.

Aristóteles sigue presente en la cuarta ola de la comunicación. Su triple estrategia persuasiva: logos, ethos y pathos. Palabra y pensamiento, ética, y sentimiento.

3.1. De la retórica como persuasión a la retórica como argumentación

No pretendemos oponer persuasión a argumentación,o viceversa, sino, más bien al contrario, relacionarlas. Sabemos de su diferencia, pero también de su implicación continua. Sin embargo pareciera que se han venido golpeando dentro de un mismo cuadrilátero a lo largo de la historia de la retórica. Dice Christian Plantin (1998) que se suele relacionar con Aristóteles (38-322 a.C.), padre de todas las cosas, los inicios de la reflexión sobre la argumentación, y que es una lástima que esto sea así en detrimento de los sofistas (siglo V y principio del IV a.C.) ya que eran unos auténticos sabios que ejercieron una crítica corrosiva sobe las concepciones éticas y sociales de su época. La tan poderosa influencia de Platón los remitió al rincón de la mala fama. Lo cierto es que los sofistas aportaron elementos importantes tanto para la construcción persuasiva como para la argumentación de los discursos. Veamos alguno de ellos: La **antifonía** es una estrategia discursiva destinada a obtener más información sobre lo que se dice a través de la posibilidad del contradiscurso. La

paradoja deja al descubierto las condiciones de validez del silogismo tal como observara Aristóteles y nos recuerda Plantin 1998, 9) Es una vuelta de tuerca más para alcanzar la verdad profunda de las cosas, instrumento para la filosofía y la literatura. Ninguna descripción o reflexión o conceptualización podría compararse a la verdad desvelada de Pedro Calderón de la Barca en su Vida es Sueño:

Ojos hidrópicos creo
Que mis ojos deben ser,
Pues cuando es muerte el beber,
Beben más, y de esta suerte,
Viendo que el ver me da muerte,
Estoy muriendo por ver.
Pero véate yo y muera:
Que no sé rendido ya,
Si el verte muerte me da
El no verte qué me diera.

No sólo las razones del sentido común, los silogismos superficiales, las teorías científicas, los resultados de las investigaciones o las conclusiones lógicas pueden decir la verdad de las cosas. Sinceramente creo que dentro de las muchas funciones de la retórica, se pueden destacar dos: una, hacer patente la verdad más profunda, y otra, manifestarla de una forma atractiva: argumentación y persuasión. Otro de los aspectos aportados por los sofistas que hay que destacar es el concepto de *probabilidad* que permite extraer tanto los estereotipos como los tipos aplicados a la conducta de los hombres y a su conocimiento. Por último la **dialéctica** entendida como una interacción argumentativa consistente en un diálogo razonado, según unas reglas precisas, entre un proponente y su oponente ante un público, es objeto de nuevo de oposición entre la postura sofista y la platónica que la considera como una justa verbal entre dos oponentes, sin preocuparse por la verdad. El aristotelismo le concede un estatuto de crítica del lenguaje natural que permitirá establecer verdades científicas, como señala Plantin (1998, 11)

A lo largo de la historia de la retórica, y ya desde sus orígenes, se ha considerado que en la producción discursiva, existen cinco etapas ya anteriormente citadas. La argumentación propiamente dicha se situaría en la primera, en la inventio, o sea, se trata de encontrar las razones para defender una causa. Las demás partes, dispositio, elocutio, memoria y actio, serían las partes dominadas por

las reglas retóricas, conjunto sistemático de organizaciones formales discursivas o de puesta en escena propiamente dicha. Sin embargo ninguna de las dos, argumentación y persuasión, se desentienden de las otras partes. Ya sea en la disposición y orden de los argumentos en el discurso, ya sea en la selección de las reglas nemotécnicas, en la elusión, en el decir mismo y la materialización en acto discursivo, las razones de cada elección son referencia argumentativa, pero también la invención de los de los argumentos se ayudan de reglas normas, instrumentos y herramientas persuasisvas para su invención.

Recuerda Alex Mucchielli (2202, 11), citando a un publicitario anónimo, la anécdota de un ciego, que en el puente de Brooklyn, pide limosna con un cartel que dice *Ciego de nacimiento*, sin embargo nadie se apiada de él, pasa un desconocido y escribe unas letras sobre el. La respuesta dee la gente cambia radicalmente. El milagro se ha producido gracias al nuevo enunciado escrito en el cartel *Es primavera y yo no la veo*. Para el autor no basta la fuerza del mensaje para asegurar el efecto, es preciso que se produzca una emoción interna en los paseantes, saber que su ayuda puede aliviar la pena de ese ciego que quiere ser como todos los demás. Tomando este ejemplo y otros como punto de partida Mucchielli nos propone una renovación en el concepto de la persuasión, más bien en el arte de influir a través del análisis de las técnicas de manipulación, y hace un recorrido muy interesante sobre esas técnicas. Su primera necesidad es renovar las explicaciones clásicas de la influencia por manipulación de las emociones y de los intereses. A continuación investiga los medios de comunicación de influencia a partir de de la intervención sobre la situación, o sea, a través de la manipulación de los contextos (físicos, espaciales, temporales, sociales), de la posturas, de las normas y de las relaciones, y muy especialmente de las identidades. Se puede concluir que comunicación es influencia; que sus manifestaciones son muy variadas pero que existe una gran homogeneidad entre los fenómenos de propaganda, venta persuasión, publicidad y seducción; que la influencia es un fenómeno de mediación, cuya naturaleza profunda consiste en basarse en procesos no conscientes; que los objetos cognitivos manipulados en la influencia son las posturas, las relaciones, los referentes normativos, las identidades o los elementos de los contextos temporales, espaciales y sensoriales. Destacamos un concepto rotundamente defendido por Mucchielli(2002,31-32) en que define el influir como manipular los contextos de la situación para crear un sentido orientado. *La influencia depende del sentido final creado para la conducta a través de la manipulación de los objetos que constituyen un contexto. Analizar un fenómeno de influencia es preguntarse qué es lo que se transforma en los conceptos constitutivos de la situación para que el*

sentido final tome cuerpo o evolucione cuando la comunicación tiene lugar. Influir es, pues, hacer surgir, por medio de manipulaciones contextuales ad hoc, un sentido que se impone a los interlocutores y que los lleva a obrar en conformidad con él. Queda claro que el manipulador ha previsto este sentido, de tal suerte que la acción que le corresponde esté de acuerdo con lo que él espera.

La retórica tanto en sus aspectos más persuasivos como en los más argumentativos se entronca muy profundamente en la comunicación, como ya propusiera Aristóteles.

Es precisamente Aristóteles quien le da estatuto científico a la argumentación al situarla dentro del marco de la lógica, considerada como la ciencia formal del saber. Está tan perfectamente delineada por Aristóteles que Kant llegó a decir que lalógica no habia dado ningún paso atrás desde Aristóteles, pero tampoco ninguno hacia delante. Solo una relación de algunos de los conceptos relacionados con la lógica aristotélica y que han servido en general de faro y luz para el pensamiento de occidente en este campo, nos indica el campo de actuación de su saber científico: Concepto, juicio y raciocinio; pensamiento científico, demostración y refutación; concepto y definición; género y especie; predicación, predicación lógica, predicación accidental y categorías (logicas y ontológicas); el juicio, sus funciones, naturaleza, clases y sujeto; el razocinio, sus funciones, puesto, clases; los entimemas. Todo orientado a la búsqueda de la verdad. Johanes Hirschberger (1976,163) *dice que a nosotros, hombres modernos, lo que acaso nos impresiona más en la teoría aristotélica de la ciencia, es que el rasgo de que la ciencia para Aristóteles es algo que se busca por el saber mismo y por la verdad, es decir por sí misma. No sirve a ninguna finalidad de tipo utilitario (…) La verdadera y auténtica ciencia, en cambio, sobre todo como se da en al filosofía, caso ideal del saber, es siempre pura y teorética contemplación de la verdad. Es antártica, como dice el mismo Aristóteles (…) Por eso es también la filosofía un signo de la libertad del hombre.* Algo que después leeríamos en el evangelio de San Juan: *Y la verdad os hará libres*. Este es el verdadero sentido de la retórica, servir de instrumento al pensamiento, al razocinio: estar en definitiva al servicio de la verdad. Otra cosa es el mal uso que se haga de la misma. Pero ahí está al quite la ética. Habremos de superar la tentación de seguir un desarrollo de estas tres ciencias a lo largo de la historia, ya de una forma individual o relacionándolas entre sí. Las nuevas lógicas, que tanto han enriquecido el espíritu humano son un nuevo punto de vista esencial en el recorrido humano del saber, sobre todo del saber ser hombre. Aristóteles siempre ha estado atento al recto

saber. Recordemos solo un instante Aristóteles que había predicado del Ser, que es uno, bueno, verdadero y bello por naturaleza y que todos los demás seres lo somos por participación, también había pensado las relaciones entre bondad y placer: por ser algo bueno, por eso nos agrada. Epicuro le dio la vuelta: por agradarnos una cosa y traernos placer, la llamamos buena. Las razones al servicio del bien, no del particular sensible, sino del bien general. Si intentamos utilizar la fuerza del raciocinio, de los instrumentos de la argumentación, ya sea de una forma intuitiva, ya de una forma reflexiva, ya a través de las herramientas retóricas de la inventio correctamente, estaremos orientando nuestra comunicación hacia la eficacia, pero si a esto no lo hacemos pasar por el recto sentido, la retórica sufrirá la fractura de su valor humano.

3.2. De la retórica latina a Internet

Los cinco elementos constitutivos de la retórica, inventio, dispositio, elocucio, memoria y actio, se vienen definiendo desde su nacimiento en grecia, muy especialmente con la aportación de Aristóteles y se acaban de completar en Marco Tulio Cicerón y en Fabio Quintiliano, el maestro de Calahorra.

Quintiliano, de quien ha dicho A.Reyes (1961, 456) que piensa como Cicerón y escribe como Tácito, entiende la retórica como una ciencia del bien decir, *bene dicendi scientia*, cuyo objeto es todo asunto humano, cuyos fines son enseñar, mover y deleitar, y cuyo ejercicio exige que el orador no sólo esté formado en las técnicas retóricas sino dotado de profundas convicciones morales así como de la flexibilidad necesaria para adaptarse a los diferentes auditorios y los diferentes temas y contenidos del discurso

Nos serviremos de Quintiliano para recordar los componentes de la retórica:

- *la inventio*, entendida como el *quid dicamos*, y no solo como la *res* o la materia en si, sino como la investigación, el estudio de los materiales y el conocimiento de los instrumentos que vamos a utilizar, y que integra en sí las partes del exordio, la narración, la argumentación, la peroración y la conclusión;

-*la dispositio, sed etiam quo loco*, o plan organizativo del discurso;

-*la elocutio, quo modo dicamus*, en la que explica los medios y procedimientos del estilo, los tropos, las figuras retóricas y la composición;

-*la memoria*, o mnemotécnica o depositaria del tesoro retórico, según José Antonio Hernández y Mª Carmen García Tejera (1994,65), según otros autores y mi mismo parecer es además la cualidad que permite recordar fielmente los contenidos del discurso;

-*la actio, apte dicere*, la estudia desde el punto de vista de la pronunciación, recitación, presencia, ademanes y gestos.

Mortara Garavelli ha estudiado en profundidad estos cinco elementos de la retórica clásica en su *Manual de Retórica*. Algunos de los cuales han sido objeto de estudio muy particularizado por parte de diferentes autores que han hecho de alguno de estos elementos el centro de toda la retórica, como ha sucedido con frecuencia con la elocutio, considerada en muchos momentos de la historia de la retórica, como la piedra angular; por el contrario en otras ocasiones algunos han sido cuestionados, como es el caso de la memoria, que según algunos autores deja de tener sentido actualmente como elemento constitutivo de la retórica. Las nuevas tecnologías han puesto en tela de juicio estas opiniones muy especialmente debido a las teorías sobre la hipertextualidad, que se ha convertido en uno de los paradigmas fundamentales de las Nuevas Tecnologías.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, con sus caracteristicas de no linealidad, hipertextualidad, interactividad y acción cooperativa, entre otras han vuelto a pone de moda a la retórica. El uso de figuras retóricas, muy especialmente metáforas, para definir sus funciones informáticas para los textos multimedia, operaciones del ordenador e Internet, como son navegación, autopistas de la información, son una muestra tal vez del inconsciente tecnológico de humanización. , pero también del poder expresivo de los recursos retóricos puestos al servicio de la técnica y de la ciencia. Sin el interés de la retórica desde las nuevas tecnologías, reside en la construcción del discurso y en las relaciones pragmáticas entre el autor y el lector, que con frecuencia intercambian sus papeles; en las consecuencias que resultan de la posibilidad de la construcción no lineal de los discursos hipertextuales y la multiplicación de esas linealidades de los textos; en las relaciones interactivas del lector con la máquina y de interacción con los otros sujetos humanos ya en tiempo real o en anacrónico; en las múltiples relaciones entre textos, ya sean internas o externas, de la hipertextualidad misma.

George P. Landow (1997) estudia primero las influencias de Wittgenstein y Gerard Genette en la narrativa del lector en hipertexto (1997, 109-121) aplicándolas a la obra narrativa hipertextual Afternon de Michael Joice y añadiendo un nuevo nivel a los dos de la narración, historia y discurso, y definido como discurso discurrido, a través del cual, el lector produce nuevas lecturas y lleva a cabo su participación autorial en la construccion textual emergente del hecho textual almacenado en forma digital, o sea el lector del hipertexto se desplaza en un nivel de un hiperdiscurso generado por el acto de leer, por encima y además del hilo narrativo tradicional. Al leer una novela en hipertexto, dice George P. Landow (1997,120-121) *el lector no sólo recrea narraciones, sino que crea e inventa nuevas narraciones, que ni siquiera había contemplado el autor primario*, en este tipo de novelas se invita al lector a tomar parte interactivamente con las operaciones de la maquinaria narrativa, o sea a convertirse en autor secundario, a ser lectoautor. En este contexto de investigación es donde Landow reflexiona sobre el papel y las implicaciones de la retórica antigua en el hipertexto. Se centra en el análisis de los cinco componentes de la retórica, en sus aspectos constructivos y pragmáticos.

Recogemos en un cuadro del propio Landow (1997, 126) las relaciones entre el discurso retórico oral y el discurso retórico hipermedia con sus dos niveles.

Internet, en cuanto que es un medio dinámico para la recepción, organización, distribución y difusión de la información, así como para posibilitar, activar y promocionar la comunicación tanto sincrónica, en tiempo real (Chat, Messenger…) como asincrónica (foros, correo electrónico, blogs, listas de distribución) no sólo lleva acabo actuaciones retóricas sino que recoge estudios, investigaciones y recursos en sus foros, chats, blogs, listas de distribución, etc, como por ejemplo, la asociación *LOGO* tiene una lista de distribución para participar en debates sobre e mundo clásico y la retórica. Paul Bullen dirige otra sobre los mismos temas denominada *Aristotle*, desde la Universidad Católica de Lovaina se dirige el Agora Class.

Ahora bien existe una acción comunicativa y retórica todavía mas interesante, es el acceso mismo a la comunicación entre los internautas ya sean de una forma espontánea ya “orientados” por diversas instituciones. Así se habla de redes comunitarias en un amplio espectro público, donde haciendo uso del concepto metafórico de espacio público se enfatiza el rol del internauta como miembro de ese espacio público electrónico, participando con sus aportaciones y sus conversaciones con otros miembros sobre los mas variados temas. Es una forma de socialización, aunque también entraña el

problema contrario de un aislamiento de sus relaciones humanas próximas escondiéndose en el anonimato de la red.

La red, Internet, es un bien público para todos los ciudadanos del mundo y hay que mantenerlo tanto su accesibilidad universal como promover su uso, sus buenas prácticas informativas y comunicativas, como su independencia, su libertad y su impresionante papel democratizador.

Las puertas que abre y los problemas que plantea Internet a la retórica son muchos. La combinación de los diferentes medios y materiales expresivos, los tiempos de emisión, recepción y lectura, las funciones que alternativamente ejercen los autores y lectores de los textos, la digitalización de todo tipo de discurso y su fragmentación, ordenación, jerarquía y heterojerarquía, la frecuencia, las relaciones entre los discursos que discurren en la red, la red que forman los usuarios, los problemas de la autenticidad, fiabilidad y valoración de las fuentes, el acceso a la información y los buscadores con sus criterios de ordenación y selección, las posiciones de los agentes de la comunicación en la red, la globalización cultural, la constitución de comunidades virtuales, la definición de identidades reales o imaginarias, la comunicación virtual y presencial actual, la interactividad con la máquina y la interactuación con los agentes humanos, son algunos de los problemas que desde la perspectiva de la comunicación pueden afectar a la retórica.

Es más ¿existe una retórica específica de Internet? Así como existen unos principios generales que explican la naturaleza retórica de los fenómenos de la comunicación y la expresión en cualquiera de sus posibles manifestaciones, asimismo considero que existe una retórica específica a la naturaleza misma particular de internet con sus características y sus valores que lo identifican, y que esa retórica está ligada a sus grandes paradigmas de las bases de datos y su gestión del conocimiento, la hipertextualidad, la convergencia textual, la interactividad y la interactuación, la comunicación sincrónica y asincrónica y la accesibilidad universal. Otra cuestión es como se vayan desarrollando sucesivamente las estrategias retóricas correspondientes. La historia de la retórica está a la expectativa y echa mano del nuevo de la Retórica, la de Aristóteles. O sea a la lista de sus virtudes, en qué manera la retórica ayuda a los internautas, tanto a los que producen los contenidos, a los que informan, a los que fomentan la comunicación como a los que se informan y comunican a través de ella? El fin último de la retórica es el bien de los hombres, o sea su felicidad.

Referencias bibliográficas

BUSTOS Eduardo de (2000) *La metáfora. Ensayos transdisciplinares*. Fondo de Cultura Económica de México. México.

HERNANDEZ GUERRERO, José Antonio y GARCIA TEJERA, Mª del Carmen (1998) *Historia Breve de la Retórica*.-Editorial Síntesis.-Madrid

HIRSCHBERGER, Johannes, (1967) *Historia de la Filosofía*. Herder. Barcelona

KENNEDY, George A. (1998) *Comparative Rhetoric: An historical and ross-Cultural Introduction.* New York-Oxford. Oxford University Press.

LANDOW, George , P. (Compilador) (1997) Paidos, Barcelona.

LANDOW, George , P. (1997) "Wittgenstein, Genette y la Narrativa del lector" en LANDOW, George , P. (Compilador) (1997) Paidos, Barcelona

MUCCHIELLI, Alex. (2002) *El arte de influir. Análisis de las técnicas de comunicación*. Cátedra. Madrid.

PUJANTE, David, (2003) *Manual de Retórica*. Editorial Castalia Universidad. Madrid

ULMER, Gregory L. *Las advertencias de Miranda. Un experimento en Hiperretórica* en LANDOW, George , P. (Compilador) (1997) Paidos, Barcelona.

Nº 5– REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS – ISSN: 1697 - 8293

RETÓRICA DEL VIDEOARTE

Estudio aplicado a la videopoesía

Giorgio De Marchis

(giorgiodemarchis@hotmail.com)

Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información,

Resumen

No hay estudios académicos de tipo cuantitativo sobre el videoarte. Las posibilidades expresivas son tan amplias que la aproximación de este tipo resulta harto difícil. Este artículo está basado en un estudio cuantitativo de una rama del videoarte, la videopoesía. El corpus de análisis está formado por 28 trabajos en los que se estudia la frecuencia, las relaciones entre diferentes tipos de figuras, además de la densidad retórica. Se logran conclusiones sobre un posible estilo de la videopoesía, relaciones significativas entre grupos de figuras, aunque puedan ser circunstanciales, y sobre la alta densidad retórica de los textos.

Palabras clave

Retórica; videoarte; videopoesía, persuasión.

Abstract

There isn't any scholar study that has studied quantitatively videoart. The expressive possibilities in videoart are so wide that it is difficult to make such an approach. This article is based on a quantitative research about a specific branch of videoart: videopoetry. Twenty-eight works have been analyzed studying the frequency, the relationship between different groups of figures, and

rhetoric density. Conclusions point out a possible rhetoric style of videopoetry, some significative relationship between groups of figures that can be circumstantial, and a high rhetoric density.

Keywords

rhetoric; video art; videopoetry, persuasion.

"Materiam esse rhetorices iudico omnes res quaecumque ei ad dicendum subiectae erunt"[1]. Así definía Quintillano el objeto de la retórica. Posiblemente el concepto sea tan amplio porque ya en la época de Quintillano esta disciplina se aplicaba a las más diversas disciplinas. Sin embargo en su origen la retórica surge de la necesidad práctica de convencer en cuestiones relacionadas con asuntos públicos y litigios. Aristóteles dice que la retórica es "la facultad de considerar en cada caso lo que puede ser convincente, ya que esto no es la materia de ninguna otra disciplina" (Aristóteles; 1998: 52). La idea de persuasión se plasma en este concepto de retórica. El Prof.García y Mario Rajas apoyan en este mismo número la idea de retórica como argumentación. Posiblemente no estemos hablando de dos cosas diferentes: "considerar en cada caso lo que puede ser convincente" significa que en unas ocasiones se tiene que usar la razón y las argumentaciones lógicas que se dirijan al lado racional del ser humano, y en otras ocasiones se tiene que apelar al lado emocional. Se trata al fin y al cabo de persuadir, sea a través de la seducción emocional o de la argumentación racional.

En el caso del videoarte, y en el de la videopoesía que es nuestro objeto de estudio particular, nos encontramos con una tentativa de seducción a través de la emocionalidad de las imágenes. Se trata entonces de lo que hemos llamado seducción y poco o nada de argumentación. No se intenta vender nada, pero quiere mover a ciertas emociones.

A través de las imágenes se llega de una forma más directa a lo emocional, y la retórica ha desarrollado toda una compleja serie de estructuras para dominar la comunicación persuasiva emocional. Una de ellas es justo la que está formada por las figuras, y los tropos, siendo éstos un grupo selecto de aquellas. Las figuras permiten embellecer el texto y atraer así la atención. De hecho, si hay poca atención habrá un procesamiento de la información superficial, y por ello la persuasión será más limitada. Puede darse persuasión simplemente con la belleza. Algunos de los efectos de

[1] "El objeto de la retórica son todas las cosas que sean susceptibles de ser dichas" (traducción del autor). Quintiliani, *Institutio oratoria*, 2,21,4

este estereotipo son que preferimos atender y creer más a alguien atractivo que a alguien que no lo sea. La palabra "figura" proviene del griego y significa: "porte, continente". Quintillano la define como la "manera de expresarse que se aparta del modo corriente de hablar cotidianamente" (Lausberg; 1983: 35). Las figuras retóricas son el *ornatus* del texto, corresponden a la *manera artística* de comunicar y son lo que lo hacen bello. Atraen la atención sobre el texto y aumentan su credibilidad gracias al estereotipo antes mencionado. Las figuras tradicionales hacen referencia al texto, pero es posible trasladarlas al campo de la imagen. Algunas con mayor y otras con menor éxito, prácticamente todas es posible encontrarlas en formato visual. Como nos recuerda Spang[2]: "en principio no hay ninguna figura ni ningún tropo que no se pueda documentar también en un texto publicitario". Podemos cambiar de este texto la palabra "publicitario" por "videoarte".

El estudio de las figuras retóricas en los trabajos de videoarte dos razones principales. Por un lado viene a comenzar un análisis sobre las formas y estilos retóricos usados en las imágenes en movimiento con voluntad artística. Utilizar la imagen en movimiento ofrece más posibilidades retóricas que usar como soporte una única imagen. Por otro lado este tipo de estudios parece ser más adecuado para trabajos artísticos como el videoarte que para trabajos como el cine, aunque haya más investigaciones de retórica del cine que del videoarte.

1. Análisis

El estudio del videoarte en general no parece posible. Así que es necesario realizar una selección. Ésta puede llevarse a cabo a través de muchos criterios. El primero por el que se ha optado es seleccionar un determinado tipo de obras. Se han estudiado solamente los que se denominan como videopoemas. Un videopoema es toda aquella obra grabada al menos en parte (o volcada totalmente para su distribución) en soporte vídeo o cine respectivamente, en cualquier formato, emitida por proyección en cualquier medio; y que su autor denomina como tal. Es también toda obra en la que (reuniendo las características anteriores menos la de ser denominada como "videopoesía") un poema reconocido como tal se integra de forma sonora o visual, o ambas, con imágenes. Finalmente, lo es toda obra que visualiza o representa a un poema reconocido como tal, aunque éste no esté reflejado directamente. Una vez definido el objeto de estudio es necesario obtener la muestra a analizar. Es necesario usar algunos criterios de selección para dar mayor homogeneidad a la muestra, en este caso puede ser la autoría, la fecha de producción, el país de producción, o el presupuesto.

[2] Citado por Marisa Arroyo (1998:76)

Finalmente, se han escogido 28 videopoemas de entre más de 100 trabajos de diferentes países producidos desde los años 80 hasta la actualidad. Se han descartado los trabajos previos a los años 80 por las limitaciones técnicas que impedían realizar ciertos efectos visuales. Estas limitaciones hubieran podido influenciar los aspectos retóricos del trabajo. Los videopoemas seleccionados contenían un total de 1169 planos que fueron los que finalmente se han analizado. Para cada plano se ha estudiado la imagen, el texto sonoro y el que aparece en pantalla (la tipografía), y los efectos sonoros. Para la imagen se han estudiado todas las figuras retóricas seleccionadas por el Prof.García (ver Anexo 1). Para la tipografía y la voz en campo y fuera de campo se han clasificado todas las figuras en los cuatro grandes grupos, en la versión actualizada del Grupo µ: figuras de adición, figuras de supresión, figuras de sustitución y figuras de intercambio. A la hora de buscar las figuras se han tenido en cuenta con algunos de los supuestos hechos por Marisa Díez Arroyo (Díez Arroyo; 1998: 75): Tomamos el concepto amplio de figura que se refiere a todos los fenómenos del ornato y que así engloba al concepto de tropo y consideramos a la figura retórica como un desvío.

Si la poesía es uno de los campos en los que mayormente se ha aplicado el estudio de las figuras retóricas, la videopoesía, que es una forma de expresión que la integra, también se puede estudiar a través de las figuras. El Profesor García García ha señalado que los trabajos poéticos tienen tres aspectos, tres niveles que pueden estudiarse y que nos recuerdan en parte la división de las tres artes "de la ciencia del espíritu"[3]: el nivel descriptivo que podríamos equiparar con el nivel normativo o gramatical; el lenguaje figurado es el nivel retórico; el nivel creativo, que se refiere a las diferencias de la norma, y es aquel lenguaje innovador que sale hasta de los encasillamientos de la retórica.

1.1. Tipos y frecuencias

Las figuras de sustitución son las más frecuentes al haber una o más en cada dos planos.

Sumatorio de las variables de retórica (sustitución)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	559	47,8	47,8	47,8
	1	471	40,3	40,3	88,1
	2	112	9,6	9,6	97,7
	3	25	2,1	2,1	99,8
	4	2	,2	,2	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

[3] Gramática, retórica y dialéctica.

Tabla 3

La alta frecuencia de metáforas en la imagen (Tabla 4) nos dice que los videopoemas huyen de la referencia directa para ir hacia un lenguaje más abstracto, hacia una búsqueda de relaciones íntimas entre las partes. El amplio uso de símbolos también lo confirman (Tabla 5)

Retorica Imagen - Figuras de Sustitución - Metáfora

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sin	985	84,3	84,3	84,3
	Con	184	15,7	15,7	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Tabla 4

Retorica Imagen - Figuras de Sustitución - Símbolo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sin	1093	93,5	93,5	93,5
	Con	76	6,5	6,5	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Tabla 5

Finalmente se usa abundantemente también la sinécdoque particularizante en la imagen. La Sinécdoque es una figura propia del estilo artístico visual (se podría añadir "fotográfico" y "cinematográfico"). Es interesante el uso tan frecuente de la sinécdoque particularizante. Probablemente sea debido a que en la videopoesía se utilizan frecuentemente los primeros planos (27,8% de los planos evaluables) y los planos de detalle (10,3% de los planos evaluables) porque. Estos tamaños de plano ofrecen una mirada nueva, especialmente los planos de detalle son poco comunes en la vida real. ¿Por qué se utilizan estos tamaños de plano? La mirada hacia las pequeñas cosas se la entiende como *poética*. Puede tratarse de un rasgo estilístico de la videopoesía (del videoarte).

Retorica Imagen - Figuras de Sustitución - Sinécdoque particularizante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sin	1035	88,5	88,5	88,5
	Con	134	11,5	11,5	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Tabla 6

El 66% de los planos con tipografía en pantalla tienen figuras de sustitución; y en el texto hablado (en campo o fuera de él) tienen el 27,8%. Se trata de las figuras más conocidas, los tropos (metáfora, metonimia, sindécdoque), y el símbolo. La psicología evolutiva sostiene que la simbolización es uno de los orígenes del arte que nació con la inteligencia humana y que hasta pudo ayudar en su desarrollo. Los tropos pueden ser parte del mismo proceso.

Las figuras más frecuentes en la imagen son la alegoría, alusión, metáfora, metonimia, símbolo, sinécdoque,

Sólo en el texto hablado las figuras de adición superan a las de sustitución, estando presentes en el 36% de los planos que contienen voz. A lo mejor es debido a que varios poemas juegan con la repetición en busca de un ritmo, y a veces como juego verbal.

Las figuras de adición también tienen mucha presencia en la imagen:

Sumatorio de las variables de retórica (adición)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	795	68,0	68,0	68,0
	1	316	27,0	27,0	95,0
	2	44	3,8	3,8	98,8
	3	12	1,0	1,0	99,8
	4	2	,2	,2	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Tabla 7

De todas las figuras de adición las más frecuentes son la acumulación, la tautología, la repetición y la sinonimia (ver Anexo 2). Se trataría de lo que ya hemos definido como *baja intensidad retórica* (García García; 2000).

1.2. Relaciones entre grupos

Existe una correlación significativa no paramétrica (Tau b de Kendall=0,311, sig.=0.00 con p<0,01) entre figuras de adición y de sustitución en las imágenes. La misma relación entre figuras de adición y de sustitución existe también en el texto hablado (Tau b de Kendall=0,412, sig.=0,00 y p<0,01), y entre figuras de adición en el texto hablado y las figuras visuales de intercambio. Una posible explicación de esta relación es que el uso de figuras de adición como la acumulación, reiteración, enumeración y redundancia supone la repetición de las mismas figuras de sustitución, esto es, se trataría simplemente de una relación circunstancial.

Puede que por una razón similar hay una correlación entre las figuras de adición en la imagen y en el texto hablado (Tau b de Kendall=0,315, sig.=0,01 con p<0,01): se utilizan figuras de adición como la enumeración para reforzar un texto igualmente repetitivo.

1.3. Densidad retórica

Mucho de lo retórico ya está asimilado por la cultura y es norma, tiene así un bajo grado de creatividad. Podríamos decir que casi la mayor parte. Así, la utilización de un lenguaje verbal o visual con una alta *densidad retórica* no significa en absoluto que estemos innovando o haciendo un trabajo con alto nivel creativo. Para ello se debería introducir el concepto de *intensidad retórica* (García García; 2000) que hace referencia al uso de figuras poco creativas, algo que parece equivaler a menudo con baja calidad artística de la obra. Si decimos "Mario tiene un humor perro", estamos aplicando la figura retórica de la metáfora, sin embargo estamos aportando muy poca creatividad. Esa frase ya es un *cliché*, se ha insertado en la lengua y se la llama "metáfora lexicalizada". Lo mismo ocurre si en un programa audiovisual enseño una pistola o una cigarrillo y le marco dos tachones rojos encima formando una "x" para significar que deseo que se eliminen. Sin tener en cuenta los aspectos creativos es interesante ver el nivel de densidad retórica en los videopoemas. Este concepto está definido por el profesor García García como el "número de figuras retóricas por anuncio" (García García; 2000:55). Se ha adaptado esta definición a este objeto de estudio como número de figuras retóricas por plano, puesto que el plano es la unidad de medición mínima que he usado. Partimos de la creencia que los videopoemas tienen una elevada densidad retórica. Como resultado del estudio tenemos la siguiente tabla:

	Figuras retóricas					
	Adición	**Supresión**	**Sustitución**	**Intercambio**	**Suma**	**Densidad retórica**
Numero total de figuras de imagen	448	173	778	5	1404	**1,20**
Figuras del texto escrito	59	18	147	5	229	**0,20**
Figuras del texto hablado	402	32	311	13	758	**0,65**
Figura de los efectos sonoros	10	0	2	0	12	**0,01**
Suma	919	223	1238	23	2403	**2,06**
Número de planos	1169	1169	1169	1169		
Densidad retórica	**0,79**	**0,19**	**1,06**	**0,02**	**2,06**	**4,11**

Tabla 1

En esta tabla se pueden ver las figuras por plano de forma absoluta al dividir la suma de las figuras por el número de planos. Si en cambio tomamos medidas relativas, esto es, las figuras en la locución en función del número de planos en los que hay locución, tenemos la tabla 2:

	Figuras retóricas					
	Adición	**Supresión**	**Sustitución**	**Intercambio**	**Suma**	**Densidad retórica**
Numero total de figuras de imagen	448	173	778	5	1404	**1,20**
Número de planos	1169	1169	1169	1169		
	0,38	**0,15**	**0,67**	**0,00**		
Figuras del texto escrito	59	18	147	5	229	**1,39**
Número de planos con texto escrito	165	165	165	165		
	0,36	**0,11**	**0,89**	**0,03**		
Figuras del texto hablado	402	32	311	13	758	**1,08**
Número de planos con texto hablado	705	705	705	705		
	0,57	**0,05**	**0,44**	**0,02**		
Figura de los efectos sonoros	10	0	2	0	12	**0,08**
Número de planos con efectos sonoros	150	150	150	150		
	0,07	**0,00**	**0,01**	**0,00**		
Densidad retórica	**1,38**	**0,30**	**2,01**	**0,05**		**3,74**

Tabla 2

Hay una densidad retórica que puede decirse alta, oscilando entre un 3,74 y un 4,11, según la forma de medir[4]. Esto es debido a que hay un elevado grado expresivo y descriptivo, y baja narratividad, además de una tentativa de ruptura arraigada en el concepto occidental del arte moderno. Para darle mayor validez a esta cifra, sería necesario hacer un estudio paralelo sobre programas narrativos (cortometrajes, por ejemplo).

La mayoría de figuras retóricas se concentran en la imagen, aunque en términos relativos el texto escrito en pantalla tiene mayor densidad.

Si los textos hablados son poemas, como en principio cabría esperar, el apartado de "Figuras del texto hablado" coincidiría con la densidad media en los poemas. De ser nuestros datos ciertos, las imágenes tienen más posibilidades de tener alta densidad retórica que las palabras. De hecho, aunque la mayor densidad retórica la tengan los textos, la tienen justo en su utilización como imagen.. Esto expresaría las potencialidades de la imagen como medio retórico y poético.

En los efectos sonoros hay un número insignificante de figuras. Puede deberse simplemente al hecho de que no hay costumbre a que haya mucha elaboración en la retórica de los efectos sonoros, aunque ciertas corrientes poéticas han trabajado mucho esta forma de expresión. Estoy ahora pensando en las varias corrientes de poesía sonora herederas del Dadaísmo.

En cuanto a las figuras clasificadas según adición, sustracción, sustitución e intercambio, hay una mayor densidad de las figuras de sustitución.

2. Discusión

[4] El resultado sería diferente si se ponderara en función del número de segundos. Los videopoemas no tienen larga duración, así que la densidad seguiría siendo alta, y aumentaría la diferencia respecto a otras formas expresivas.

La videopoesía, y puede que el videoarte en general, tiene una alta densidad retórica. Mas, ¿qué implica tener alta densidad retórica? Supone voluntad, más o menos lograda, de atraer la atención a través de la ruptura de lo convencional. Haciendo uso del lenguaje de los tropos seduce a través de la capacidad de emocionar de las imágenes; seduce a través de la estética, de los heurísticos de la belleza.

El uso frecuente de metáforas y sinécdoques particularizantes, de repeticiones y de gran cantidad de texto tipográfico usado de manera retórica puede llegar a definir el estilo retórico de la videopoesía, y del videoarte en general.

De las relaciones entre grupos de figuras no se pueden obtener conclusiones claras porque las relaciones significativas se crean con las figuras de adición. Se trata de unas figuras basadas en la reiteración y la repetición así que se comprende que es más fácil conseguir alguna correlación simplemente casual. Serán necesario más estudios con las figuras de adición como variable dependiente para llegar a conclusiones fiables.

De todo lo anterior no se puede deducir la existencia de una verdadera construcción retórica en el sentido de "reglas y convenciones" (García García; 2000: 29), posiblemente porque estas reglas se rompen constantemente por una alta densidad creativa, algo que no se ha estudiado en este artículo y que supone una búsqueda constante de ser original.

Referencias Bibliográficas

Aristóteles (1998). Retórica. Madrid, Alianza Editorial.

Díez Arroyo, M. (1998). La Retórica del mensaje publicitario. Un estudio de la publicidad inglesa. Oviedo, Universidad de Oviedo.

García García, F. (2000). La publicidad en radio: imágenes de baja intensidad retórica. La publicidad en la radio. Pontevedra**:** 29-60.

Lausberg, H. (1983). Manual de retórica literaria. Fundamentos de una ciencia de la literatura. Madrid, Editorial Gredos.

Anexo 1: FIGURAS RETÓRICAS ANALIZADAS

A. Figuras de Adición

Acumulación; Adínaton; Aliteración; Amplificación; Anadiplosis; Anáfora; Antanaclase (o Doble sentido); Antinomia; Antítesis; Antonimia; Catáfora; Concatenación; Crasis; Epanalepsis; Epífora; Epíteto; Enumeración; Gradación; Hipérbole; Insistencia; Pregunta retórica; Onomatopeya;

Oxímoron; Paradoja; Paralelismo; Paranomasia; Paréntesis ;Pleonasmo (o tautología o redundancia); Polipote; Polisíndeton; Quiasmo; Redoble; Reduplicación; Repetición diseminada; Rima; Sinonimia; Sujeción.

B. Figuras de Supresión

Acronía; Aféresis; Agramaticalidad; Apócope; Asíndeton; Braquilogía; Elipsis; Encabalgamiento; Laconismo; Litote; Parataxis; Percusión; Preterición; Reticencia; Silencio; Síncopa; Suspensión; Tautograma; Tautología; Zeugma.

C. Figuras de Sustitución

Ambigüedad; Alegoría; Alusión; Animalización; Antífrasis; Antonomasia; Calambur; Catacresis; Comparación (símil); Concretización; Dilogía; Dinamización; Disfemismo; Divinización; Enigma; Epifonema; Eufemismo; Invención; Ironía; Lenguaje infantil; Metáfora; Metonimia; Parábola; Paráfrasis; Paragrama; Perífrasis; Préstamo; Prosopopeya o personificación; Refrán, adagio, proverbio; Sinestesia; Sentencia; Silepsis; Símbolo; Sinécdoque: Puede ser generalizante; Sinécdoque: Puede ser particularizante; Transcodificación; Translación; Vivificación.

D. Figuras de intercambio o permutación

Anacronía (o Retrospección); Anacronismo; Anagrama; Conmutación; Diástole; Endiasis; Hipérbaton; Inversión; Metátesis; Palíndromo; Paréntesis; Retrúecano (conmutación); Síquisis; Sístole.

Anexo 2

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Alegoría

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	78	6,7	6,7	6,7
	999	1091	93,3	93,3	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Alusión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	129	11,0	11,0	11,0
	999	1040	89,0	89,0	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Concretización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	42	3,6	3,6	3,6
	999	1127	96,4	96,4	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Metáfora

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	184	15,7	15,7	15,7
	999	985	84,3	84,3	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Metonimia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	59	5,0	5,0	5,0
	999	1110	95,0	95,0	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Símbolo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	76	6,5	6,5	6,5
	999	1093	93,5	93,5	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Sinécdoque_particularizante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	134	11,5	11,5	11,5
	999	1035	88,5	88,5	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Retorica Imagen_Figuras de Adición_Acumulación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	72	6,2	6,2	6,2
	999	1097	93,8	93,8	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Retorica Imagen_Figuras de Adición_Pleonasmo (o tautología o redundancia)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	34	2,9	2,9	2,9
	999	1135	97,1	97,1	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Retorica Imagen_Figuras de Adición_Repetición diseminada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	95	8,1	8,1	8,1
	999	1074	91,9	91,9	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Retorica Imagen_Figuras de Adición_Sinonimia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	110	9,4	9,4	9,4
	999	1059	90,6	90,6	100,0
	Total	1169	100,0	100,0	

Nº 5– REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS – ISSN: 1697 - 8293

ESTRUCTURA RETÓRICA DEL MONÓLOGO TELEVISIVO

Pedro J. Gómez

Profesor de Narrativa Audiovisual de la Universidad Francisco de Vitoria

Resumen

En el presente artículo demostraremos que los monólogos televisivos de mayor éxito funcionan con una estructura bastante similar e inspirada en la del discurso retórico clásico. Esta característica permite situar a las denominadas *stand-up comedies* entre los discursos de ficción con una mayor carga retórica en el plano del contenido, hecho que contrasta con la menor presencia de elementos retóricos típicamente visuales. No han sido objeto de este estudio las figuras retóricas literarias, muy abundantes, utilizadas en cada monólogo, aunque en algún momento se pueda hacer referencia a alguna de ellas. El estudio concluye con algunas reglas generales, de uso común en la mayor parte de los monólogos televisivos o al menos, en los de mayor éxito.

Palabras clave

Retórica – Narrativa – Retórica Visual – Televisión – Persuasión – Géneros televisivos

Key Words

Rhetoric – Narrative – Visual Rhetoric – Television – Persuasion – TV Genres

Abstract

This report show us how the stand-up comedies for television with highest ratings work with a structure very similar and inspired in the structure of the classical rhetoric discourse. This quality allow us to place the stand-up comedies among the show-programs with more rhetorical figures in the level of the structure. It hasn't been searched the literary rhetorical figures, very usual in all the stand-up comedies although you can find any reference to them. The research infer some general rules common to most of the more successful stand-up comedies (in Spain).

1. Introducción

Se realizó el estudio sobre un total de 49 monólogos emitidos en el espacio televisivo *El club de la comedia*, en la temporada 2001-2002. Aunque la validez de los resultados queda limitada por el ámbito para el que estos programas fueron producidos (emisión generalista en España periodo 2001-2002), puede deducirse fácilmente que son extrapolables más allá de estos estrechos límites. Los monólogos televisivos son un formato importado de los EE. UU. y con alto implante en casi todas las televisiones del planeta. Generalmente las fórmulas se copian sistemáticamente con muy escasas modificaciones de carácter local, por lo que se les considera uno más de los múltiples formatos franquiciados que abundan en el medio televisivo. Sus elementos comunes, sin embargo, son pocos e identificables aunque apenas existen estudios teóricos al respecto.

Los textos íntegros y sus correspondientes ejecuciones han sido publicados por la empresa productora (Globo Media) a través de una editorial de amplia difusión (Suma de Letras, S.L.), lo que ha facilitado extraordinariamente la compilación del corpus de análisis.

También pueden encontrarse textos de estos y otros monólogos en diferentes sitios web oficiales y no oficiales, entre los que destacamos:

http://www.humorfeminista.com/textos-divertidos/la_peluqueria_monologos_el_club_de_la_comedia.html
http://www.upseros.com/humor.php?s=5&nh=68

La selección que integra el corpus fue realizada también desde los servicios de publicaciones de la propia productora, en lo que quiere ser una antología de **los mejores textos** según el criterio de los

responsables de la edición, coordinada por Jose Manuel Lorenzo. Este criterio, reconociéndose subjetivo (VV. AA. 2004, 11) ha tenido en cuenta el impacto social. Hay que decir que este novedoso formato televisivo tiene por consumidor principal a un público joven, aficionado a dar sus opiniones a través de diferentes páginas web, de modo que en lo que respecta a cada monólogo no sólo es interesante analizar curvas de audiencia, sino que hay que tener en cuenta también otros datos de naturaleza cualitativa, como lo son la gran cantidad de opiniones que diariamente se cuelgan en las webs.

Las imágenes también han sido comercializadas por medio de vídeos que se pueden adquirir junto a las publicaciones.

Por tanto hay que entender esta muestra de 49 textos como un material de especial (privilegiado) interés en lo que respecta a su validez respecto al objeto de estudio, ya que nos proponemos demostrar la relación entre la capacidad persuasiva del texto y la observancia o no de una estructura semejante a la del discurso retórico clásico. Si dichos textos forman parte de una selección, sobreentenderemos su capacidad persuasiva.

Empezaremos definiendo en qué consiste la estructura clásica del discurso retórico. Explicaremos los procedimientos de búsqueda de sus elementos en el corpus de análisis para finalizar dando cuenta de los resultados de esta búsqueda y sus implicaciones.

2. La estructura del discurso retórico

Sabemos que la Retórica nace en el mundo antiguo con una clara vocación: sistematizar los elementos comunicativos de aquellos discursos en los que se pretendía persuadir al interlocutor (Albaladejo, 1993; 23). Por tanto, detrás de cada discurso retórico hay que entender que se esconde una cierta idea de Verdad, que a menudo aspira a ser transmitida en forma de lo que denominamos “valores”. Bien es cierto que ya en la antigüedad y dependiendo del género oratorio, era frecuente el uso de la Retórica para la demostración de una verdad de alcance mucho más limitado, verbigracia la inocencia o culpabilidad de un reo, el derecho de un ciudadano a verse compensado de algún daño, a ver reestablecido un derecho a la propiedad sobre aguas o bienes que antes le hubieran sido negados (género judicial), etc... Asuntos en general de naturaleza mucho más trivial, si se quiere, que los abordados por el Género Deliberativo (*Genus Deliberativum*), pero en los que la técnica retórica jugaba un papel primordial de cara a la consecución o no de los fines últimos.

Como es sabido, la construcción del discurso dependía de tres momentos: invención, disposición y elocución.

2.1. Desde la invención

A su vez, la invención tenía como primera piedra angular un **exordio** en el que el orador intentaba interesar y ganarse a su auditorio; una **narración** en la que se daba cuenta de los hechos o de hechos parecidos que sirvieran como ilustración; una **argumentación** en la que se lanzaban ideas a favor o en contra de personas o hechos, verdadero centro del discurso persuasivo. La narración debía **instruir**, **deleitar**, ser **breve**, **clara** y **verosímil**. Se consideraba esencial la brevedad, siendo el ideal de ésta, "que nada pueda ser suprimido o añadido" (Mortara Garavelli, 1991; 76).

Las **pruebas** podían ser técnicas o no técnicas; a su vez las pruebas técnicas , podían serlo de tres tipos: de hecho **(signos)**, por inducción **(ejemplos)** o por deducción **(argumentos)**. En nuestro estudio hemos constatado que el ejemplo es uno de los artificios sobre los que más frecuentemente se elabora la cimbra del monólogo televisivo, por lo cual nos detendremos un poco más en su descripción.

El **ejemplo** mezcla narración y argumentación. Se le denomina **ilustración** cuando refuerza una regla común, conocida y admitida. Hablamos de **modelo** para referirnos a la descripción de una conducta sobre la que se pretende establecer una *regla general de conducta* (Mortara Garavelli, 1991; 87). Más adelante analizaremos su uso, más que frecuente, en los monólogos televisivos, pero de momento recalquemos su alto valor como elemento de prueba cuando la enunciación de la idea va seguida de la enunciación de un caso que demuestra la verdad o falsedad del argumento. Suele considerársele un recurso muy propio de la elocución en la medida en que suponía una extensión más o menos improvisada por el orador y utilizada por éste para profundizar en alguna línea de su argumentación que en muchos casos por breve, podía pasar inadvertida (Aragües). Algunos autores parecen enfatizar sobre lo rudimentario -casi siempre- del *exempla* como mejor vehículo comunicativo para llegar a las personas con un más bajo nivel de formación (Carrasco, 44). Recordemos que el monólogo televisivo, aunque plantea un humor ambicioso, con ciertas aspiraciones de corte intelectual (y eso que con alguna frecuencia es decididamente zafio) se da en un medio de difusión masivo lo que lo convierte necesariamente en popular.

Quintiliano denomina **lugares comunes** (*topoi*) a "las sedes en las que residen , o están en depósito, y de las que se extraen las demostraciones" (217). Los lugares pueden ser comunes o propios. Se les denomina comunes cuando identifican puntos de vista de aceptación general (Mortara Garavelli, 90) y propios cuando son más ajustados al caso y no gozan de la prerrogativa de la aceptación común. El monólogo televisivo recurre con frecuencia a ellos.

2.2. Desde la disposición

El exordio, ya lo hemos dicho, va al principio del discurso. En el sentido lineal va seguido de narración, argumentación y peroración. En un sentido más bien vertical, tal y como lo explica Albaladejo, el orador ha superado una serie de fases de complejidad creciente (intelección, invención, disposición, elocución, memoria y acción) (Albaladejo, 44).

El punto de llegada debe ser necesariamente una **conclusión**. El discurso, si fuera una mera suma de ornatos, carecería realmente de interés auténticamente retórico, al menos en el sentido de *persuasivo*. Parece condición *sine qua non* el que nos transmita un sentido claro a favor o en contra de una determinada idea.

Siguiendo esta estructura, la retórica clásica hablaba de tres formas de organizar la información del discurso: el **orden creciente**, el **orden decreciente** y el **orden nestoriano**. En el **orden creciente** se sitúan los elementos más convincentes al final del discurso para rematar de una forma brillante; el principal riesgo es que se dilate demasiado ese momento de interés o de brillantez y la audiencia pierda atención antes de tiempo. El **orden decreciente** implica un arranque de cierta espectacularidad para captar al auditorio, pero si el discurso se alarga, se producirá una sensación general de "desinflamiento". En el **orden nestoriano** se sitúan los elementos menos convincentes en la mitad del discurso (Mortara, 119), para arroparlos con un arranque eficaz y un remate de cierto efecto (el nombre viene de Nestor, personaje de *La Ilíada* que según Homero colocó sus tropas menos valiosas en la parte central).

2.3. Desde la elocución

Como señala Aristóteles, en el discurso retórico "se implican tres factores: quién habla, de qué habla y para quién" (Aristóteles, 63). La elocución nos transporta, muchas veces sin quererlo, al terreno de la Pragmática. El flujo de relaciones enunciador-enunciatario cobra aquí todo su vigor. Sin embargo, en el caso del monólogo televisivo la figura del receptor del mensaje se desdobla en dos: el público que asiste a la actuación en vivo y la audiencia que sigue el espectáculo desde casa. Primer problema: ¿a quién de los dos debe "persuadir" el ejecutante? ¿Hay diferencias entre ambos?

En segundo lugar, digamos que el plano de la enunciación también se comparte. El punto de vista de la cámara supone un plus de información que se traduce en ***modo***, por tanto en una parte de la elocución misma. Se nos muestran movimientos "de cabeza caliente" (técnicamente hablando,

focalizaciones visuales externas primarias), planos de reacción escogidos desde el público, un plano medio del actor-ejecutante que unas veces tiende más al PG y otras al PP.

Dejemos claro desde el principio que este enunciador subsidiario no nos ha interesado en absoluto y que ha sido en el ejecutante en quien hemos centrado nuestro análisis. Sólo hemos recurrido a la imagen para encontrar indicios que corroborasen lo que sugería el ejecutante (Ej: nos han interesado los planos de reacción cuando había alusión directa a algún miembro del público y la consiguiente reacción de éste).

Respecto a la diferencia entre el público asistente y el televidente, señalemos que ésta tiene lugar sobre todo en lo que respecta a los efectos que ambos producen sobre el ejecutante. Esta diferencia consiste en que el público televidente es esencialmente *voyeur*, observa pero no participa, mientras que el público asistente es el que de verdad modela los cambios de actitud del ejecutante (con sus risas, con sus silencios). Por supuesto, si se le enseña al actor la curva de audiencia una vez terminada la actuación, éste podría modificar sus futuras representaciones, **pero no esa**. Por tanto, en un sentido estricto, la *performance* del monólogo sólo recibe *feed-back* del público asistente.

¿Cómo sale airoso entonces el actor con ese público? Con independencia de que pueda tratarse de un público de pago o contratado, lo cierto es que ante él tiene lugar una representación y que su actitud marca una parte difícilmente cuantificable, de las estrategias elocutivas del actor.

Los elementos retóricos de que se valdrá el actor y que caen fuera del texto escrito son, principalmente:

- Silencios / Pausas
- Onomatopeyas
- Gestualidad
- Interacción con el público
- Recursos vocales (remedos, falsetes, imitaciones...)

No entraremos a fondo en estos elementos dado que estamos analizando la estructura, pero destacaremos que dan o pueden dar pie a numerosas figuras retóricas muy concretas. Por ejemplo, una pausa puede ser una suspensión, tener valor de elipsis cuando hay un sobreentendido; determinados gestos y onomatopeyas que no se deducen de los textos originales, pueden ser hipérboles, etc...

Lo que sí se le puede pedir al texto de un monólogo televisivo y hay que decir que éste es un requisito que por lo general cumplen la mayoría de los más representativos es que sea ágil y

proporcione al actor una cierta capacidad de lucimiento en términos de "cambio". Cambio en la forma de hablar, cambio en la entonación, cambio como recurso retórico, nuevamente. Es por ello que normalmente se recurre al estilo directo para representar el diálogo durante la *narratio*, eludiendo fórmulas literarias como "dijo que", "dije que"... El cambio de entonación, por ejemplo, nos dará por elipsis el cambio de personaje.

Además y siguiendo a Barthes, "En un mismo individuo se da la pluralidad y la coexistencia de léxicos; el número y la identidad de estos léxicos forman, en cierto modo, el *idiolecto* de cada persona" (Barthes, 43). Pues bien, todos ellos serán imitados por el actor.

Aunque, como hemos dicho, no se ha tenido en cuenta al enunciador televisivo en general, sí se han observado, como señalamos más arriba, los planos de reacción del público cuando había una clara interacción entre éste y el ejecutante, principalmente como indicio de la relación entre el ejecutante y su público presencial. Barthes habló del triple valor retórico de las miradas:

> "La ciencia interpreta la mirada de tres maneras (combinables): en términos de información (la mirada informa), en términos de relación (las miradas se intercambian), en términos de posesión (gracias a la mirada, toco, alcanzo, apreso, soy apresado): tres funciones: óptica, lingüística, háptica. Pero la mirada siempre busca: algo, a alguien. Es un signo inquieto: singular, dinámica para un signo, su fuerza lo desborda." (Barthes, 306)

Cuando los planos de reacción eran mera ilustración de la acogida de la actuación no se tenían en cuenta pues sabida es la costumbre televisiva de grabar insertos independientes de la imagen masterizada, para luego enriquecerla en la edición. En estos casos, la referencia más fiable de las reacciones del público eran las risas y los aplausos (que cuando son "de lata" suelen distinguirse de los espontáneos).

3. Hipótesis

El análisis buscaba la demostración o refutación de estas dos hipótesis:

En cada monólogo se da, al menos, una idea respecto a la cual se establece todo un proceso argumentativo a resultas del cual se llega a una determinada conclusión. Dicha idea aparece enunciada, ya sea en sentido positivo o como anti-idea a través de la ironía.

La estructura de ese discurso está gobernada por las reglas de la Retórica Tradicional: se da un exordio, una narración / argumentación que incluye disgresiones diversas, se utilizan ejemplos,

modelos y lugares comunes para llegar a la conclusión que, en líneas generales es o pretende ser la demostración de algo.

Debemos puntualizar, sin embargo, que el monólogo televisivo no pretende, en su parte argumentativa, edificar a través del humor escalas de valores sistemáticas, sino que juega – y esto quizá haya que interpretarlo más como una tendencia estética del monólogo actual- a desarmar la ideología y los hábitos dominantes de la vida cotidiana. De ahí que hayamos advertido que la conclusión en muchos casos se formula con un sentido contrario al que en realidad se pretende.

Sirva como ejemplo:

> "Yo lo tengo muy claro, si algún día tengo una hija va a hacer lo que ella quiera: se va a casar el 14 de abril que ella misma elija, en la Parroquia de San Juan Bautista que a ella le guste, y con el vestido sin mangas y abotonado a la espalda que le dé la gana" (103)

4. Metodología

Se realizó un análisis de contenido en el que se buscaban elementos fáciles de detectar y que resultaban indicios de presencia de elementos estructurales del discurso retórico: exordio, narración, argumentación, conclusión... El análisis se realiza sobre los textos escritos y sobre las actuaciones grabadas mediante la aplicación de un cuestionario de 45 ítems, en primer lugar sobre los textos escritos y finalmente sobre las actuaciones grabadas, siendo el resultado prácticamente el mismo. Algunas de las preguntas del cuestionario, las relativas por ejemplo a la elocución, sólo pudieron ser contestadas en el visionado.

Los ítems del cuestionario fueron de respuesta objetiva (presencia / no presencia del contenido buscado), aplicándose dos posibles respuestas (SÍ ó NO) necesariamente excluyentes y formuladas con la suficiente concisión como para evitar respuestas que pudieran diferir según el observador.

Se realizó una prueba de validación con 25 sujetos de ambos sexos y edades comprendidas entre los 21 y los 23 años (público preferente de los monólogos televisivos), sobre tres monólogos escogidos aleatoriamente. No se observaron en el cuestionario sesgos relevantes en las respuestas que finalmente fueron incluidas en el cuestionario (inferior al 5% en las preguntas formuladas con un mayor nivel de ambigüedad; por encima de estos porcentajes la pregunta resultó eliminada del cuestionario).

Con los ítems que superaron la validación se diseñó el protocolo de observación definitivo:

HOJA DE OBSERVACIÓN Nº:

TÍTULO DEL MONÓLOGO:

TEMA:

Señálese SI ó NO en los siguientes ítems:

A) INDICIOS DE EXORDIO:

1. ¿Lanza el actor alguna pregunta o alusión directa al público (en segunda persona, como si esperara respuesta), en el primer minuto de su actuación?
2. ¿Lanza el actor alguna pregunta retórica (en segunda persona, sin esperar respuesta), en el primer minuto de su actuación?
3. ¿Realiza el actor, al principio, alguna alusión favorable al público?
4. ¿Hace el actor alguna alusión desfavorable hacia sí mismo al comienzo de su actuación?
5. ¿Da algún dato al principio, que aluda a algo de lo que va a decir después?
6. ¿Utiliza pausas y suspensiones al principio?
7. ¿Se producen risas al final de la primera frase?
8. ¿En el primer minuto del monólogo queda claro el “tema” del mismo?
9. ¿En el primer minuto hay alguna alusión al posicionamiento del ejecutante respecto al “tema” del monólogo?
10. ¿Enuncia el actor alguna afirmación rotunda (no opinable) al comenzar su actuación?

B) INDICIOS DE NARRACIÓN:

11. ¿Relata hechos supuestamente ocurridos?
12. ¿Alguno de los hechos descritos es narrado con planteamiento, confrontación y resolución?
13. ¿Describe situaciones cotidianas?
14. ¿Utiliza el estilo directo para reproducir el diálogo?
15. ¿Describe comportamientos propios o ajenos?
16. ¿Utiliza relatos diferentes encadenados por algún elemento de enlace?

C) INDICIOS DE ARGUMENTACIÓN:

17. ¿Se relacionan los hechos narrados con ideas?
18. ¿Supone conductas sin que se deduzca que las ha observado objetivamente?
19. ¿Deforma de algún modo las realidades conocidas?
20. ¿Compara en alguna ocasión hechos narrados?
21. ¿Hace alguna alusión a las creencias del público?
22. ¿Aporta algún dato para desmitificar dichas creencias?
23. ¿Se alude a celebridades de la vida pública?

D) INDICIOS DE PERORACIÓN / CONCLUSIÓN:

24. ¿Enuncia alguna conclusión al final de la actuación?
25. La conclusión (explícita o elíptica), ¿defiende lo contrario de lo que en principio pretendía defender?
26. ¿Cierra el monólogo con alguna afirmación con relación directa con el "tema"?
27. ¿Cierra el monólogo con alguna pregunta con relación directa con el "tema"?
28. ¿Cierra el monólogo con alguna pregunta o afirmación sin relación directa con el "tema"?
29. ¿Termina el monólogo contando algo que nada tiene que ver con el tema?
30. ¿Inicia la conclusión con algún cliché observado en otros monólogos (Ej: *En fin...*; ó *En fin, amigos...*)

E) DETALLES DE LA INVENCIÓN:

31. ¿Utiliza lugares comunes (conocidos por el público en general)?
32. ¿Utiliza lugares propios (de aportación propia)?
33. ¿Utiliza frases concisas y breves (en general de extensión inferior a las 20 palabras)?
34. ¿Introduce elementos novedosos cada poco tiempo (una situación nueva por minuto, al menos?

F) DETALLES DE LA DISPOSICIÓN:

35. ¿El primer tercio del monólogo presenta más risas del público que los otros dos?
36. ¿El segundo tercio del monólogo presenta más risas del público que los otros dos?
37. ¿El tercer tercio del monólogo presenta más risas del público que los otros dos?
38. ¿Presenta una idea al principio y su contrastación o refutación al final?

G) DETALLES DE LA ELOCUCIÓN:

39. ¿El ejecutante utiliza las miradas hacia algún miembro del público?
40. ¿Realiza gestos de imitación de otros sujetos?
41. ¿Realiza gestos de imitación de sí mismo, en otras circunstancias?
42. ¿Realiza gestos valorativos?
43. ¿Utiliza onomatopeyas?
44. ¿Trata de imitar la voz de otras personas?
45. ¿Trata de imitar su propia voz en otras circunstancias?

Aunque el cuestionario estaba diseñado de tal forma que reducía la posibilidad de error si se cumplimentaba inmediatamente detrás de la lectura / visionado de cada texto, se consideró que la fatiga podía actuar como variable extraña, reduciendo la capacidad del observador para detectar los indicios que se buscaban. Se compensó con doble visionado y doble lectura de texto y empleando siempre sesiones de no más de tres monólogos (frecuentemente uno).

5. Datos del análisis

Las preguntas destinadas a detectar indicios sobre la presencia o no de un exordio en los monólogos televisivos nos sirvieron para comprobar que en TODOS los monólogos investigados se detectaron al menos 6 de los 10 indicios propuestos. Muy alto número si consideramos que algunos tendían a ser incompatibles (ej: se observó que el monologuista que comenzaba con preguntas retóricas, casi nunca hacía uso de afirmaciones categóricas).

En el bloque destinado a detectar elementos narrativos se observó así mismo que la respuesta era positiva como mínimo en 5 de los 6 ítems planteados y del 100 % (6 de 6) en 42 de los 49 monólogos analizados.

Respecto a los indicios de argumentación, 43 monólogos superaban un resultado positivo en al menos 4 de los 7 indicadores planteados. Merece la pena que nos detengamos un instante en este aspecto. La presencia de argumentación o no en los monólogos es, en nuestra opinión, condición necesaria aunque no suficiente, para que podamos hablar de una estructura típicamente persuasiva con conexiones con la Retórica Clásica.

Observemos el ítem 29:

"¿Termina el monólogo contando algo que nada tiene que ver con el tema?"

En todos los casos la respuesta a este ítem fue negativa. Habíamos observado en otros monólogos de mucha menor trascendencia (monólogos que tuvieron un único pase y que no forman parte de las antologías), que a veces los monologuistas cierran la intervención con una especie de salva de humor desvinculada del resto del discurso y teníamos la sospecha de que esto casi siempre "deshinchaba" la fuerza del monólogo en tanto que podía relajar y dispersar la atención de los espectadores. Los resultados del análisis parecen confirmar, aunque no de manera rotunda, este hecho.

Por otra parte, para nosotros, el que el monólogo se cerrase de una forma más o menos explícita (Ítem 24: ¿Enuncia alguna conclusión al final de la actuación?), con un mensaje que cerrara el

sentido de lo monologado era un factor clave en la posible intencionalidad del texto. En un 80 % de casos el ítem arrojó un valor positivo.

También es frecuente el uso de latiguillos que de algún modo marcan la llegada al final del texto. He aquí algunos ejemplos:

> "En fin, que... ¿saben lo que les digo? Que en vez de dejar de tomar medicinas, lo que voy a hacer es dejar de ir al médico. Y así me tomo lo que quiero" (93)

> "En fin, amigos, que ya puestos a mentir en el currículum vitae, podríamos decir que sabemos todos los idiomas: Alemán... *Aufidersén*. Ruso... Puttin. Italiano... ¡¡¡Hola Rafaella!!! Y francés: Mónica Lewinsky" (153)

> "En fin, que si no sabían lo que es salir de marcha, yo se lo resumo: dos horas peleándote con El Scotex, media hora discutiendo con tus amigos, cuarenta y cinco minutos caminando, hora y veinte haciendo cola y media hora vomitando" (198)

> "¿Saben lo que les digo? Que ahora que soy un experto, el fútbol me gusta menos que antes" (203)

Nos interesaba también detectar la presencia/ausencia de lugares comunes y propios. Si bien no quedó clara una tendencia clara de dar preferencia de unos sobre otros sí resultó evidente la presencia masiva de ambos.

En lo que se refiere a los detalles de orden, de disposición, predominó lo que podríamos denominar un "estilo nestoriano" (predominio del orden nestoriano, con los elementos menos atractivos situados en algún lugar de la zona media del discurso). A esta conclusión se llega también analizando la frecuencia de las risas del público, mayor por lo general, al principio y al final.

En cuanto a la técnica oratoria del monologuista se daban los recursos retóricos habituales relativos a equivocaciones, posiciones corporales, etc... (Ortega, 237), pero fuera de esta impresión general, se contrastó que era muy elevado el uso de las miradas y alusiones a miembros concretos del público (más del 70 %) y en menor medida las onomatopeyas e imitaciones diversas que por separado no arrojan una cifra espectacular, pero que en conjunto siempre están presentes.

5. Conclusiones

El actual monólogo televisivo posee una estructura definida y común a la mayor parte de los casos. Casi siempre el monologuista comienza su actuación planteando un tema o asunto a partir del cual entrará en una disertación de contenido esencialmente humorístico, pero en la que utilizará permanentemente juicios y valoraciones para llevarnos finalmente a alguna conclusión.

Con frecuencia, el monologuista engañará al público haciéndole creer que defiende alguna idea poco aceptada socialmente o en esencia reprobable para la mayoría del sentir general. El monólogo será entonces una acumulación de situaciones en las que el monologuista narrará hechos que por lo general demuestran lo contrario de lo que el monologuista pretendió demostrar en un principio, con alguna afirmación rotunda y descabellada. También en estos casos queda establecida con claridad una primera fase (exordio) de planteamiento en la que ya por el mero hecho de defender una situación absurda provocará las risas y el interés del público; una segunda fase demostrativa en la que crecerá el conflicto entre la idea enunciada y la demostración en sí y una conclusión en la que el espectador podrá advertir sin esfuerzo alguno la diferencia entre los hechos y el argumento defendido por el monologuista, con lo que el efecto sólo puede ser uno: el reforzamiento de una idea contraria a la previamente formulada, paradoja – y por tanto, recurso retórico-, que arranca con facilidad la risa y el favor del público.

En otras ocasiones varía la estrategia, pero siempre manteniendo la estructura: acercamiento al público, defensa de una idea, relato de hechos y conclusión final, formulada unas veces de manera directa y clara y otras por procedimientos más elípticos.

Dentro de cada uno de esos momentos que se daban también en el discurso retórico clásico, se emplean otros muchos ingredientes que incluyen desde el uso de argumentos de autoridad, casi siempre utilizados desde la parodia o para ser puestos en evidencia.

Parece claro que las *stands* cumplen el requisito de instruir deleitando mediante la brevedad y claridad del discurso, como exigía la retórica a todo discurso que pretendiera alcanzar algún efecto persuasivo. El concepto de verosimilitud sin embargo es mucho más equívoco. A menudo el ejecutante desvirtúa la realidad de tal modo que parece poner en entredicho esta premisa. Sin embargo hay en ese falseo de la realidad elementos nítidamente reconocibles para los espectadores y se juega siempre con la complicidad del público en lo que respecta a las deformaciones que el monologuista propone: exageraciones, deformaciones, etc...

Como sucede con casi todos los discursos del medio televisivo, el **ritmo** tiene un papel decisivo. Todos los monólogos de la antología propuesta estaban construidos con frases cortas y punzantes, articulados a través de silencios, pausas...

Finalmente, la estructura presenta en todos los casos una primera fase en la que el actante intenta establecer las bases de su relación con el público: hace alguna muestra sobre su capacidad de humor con algún giro humorístico de impacto, se ríe de sus propias vulnerabilidades (ej: la torpeza, la timidez...), plantea el "tema" del monólogo, da su punto de vista previo y/o genera expectativas sobre lo que va a contar al objeto de cautivar la atención.

En la segunda parte utiliza una cierta cantidad de "casos" ejemplificadores, pequeñas narraciones, hechos de la vida cotidiana que son utilizados para justificar la tesis inicial. Aquí es frecuente la digresión, que en algunos momentos dé la sensación de que ha cambiado el "tema" original de su monólogo, para volver siempre a la idea que articula la totalidad del texto.

Finalmente los monólogos se cierran con una conclusión, peroración o epílogo, frecuentemente marcada con un inicio de frase estereotipada ("En fin amigos...", "Pues nada...", etc...) y en la que se aporta alguna clave de interpretación sobre lo contado y argumentado, a favor de una idea. Esta enunciación puede ser explícita:

"O sea que como ven, no es tan fácil hacer un regalo" (184)

o elíptica:

"Si hay partido, se ve el partido; si hay patinaje artístico, se ve el partido; si hay *Informe Semanal*, se ve el partido; y si hay peli porno en el Plus... ¡Se ve el partido!" (231)

Huelga decir que el remate busca siempre un impacto final que a la vez que anuncia el final de la actuación, demande el aplauso, estrategia de disposición de la que depende, como si de un alegato judicial se tratase, el éxito o el fracaso del actor en lo que respecta a su capacidad de seducción y persuasión hacia su público.

Bibliografía

- ALBALADEJO, T., 1993: *Retórica*. Editorial Síntesis. Madrid.
- ARAGÜÉS ALDAZ, J. «Modi locupletandi exempla progymnasmata y teorías sobre la dilatación narrativa del*exemplum*» en http://155.210.60.15/GCORONA/articu32.htm
- ARISTÓTELES, 1970: *El arte poética*. Espasa Calpe (cuarta edición). Madrid.
- BARTHES, R., 1986: *Lo obvio y lo obtuso*. Paidós Comunicación. Barcelona.
- CARRASCO, R. "El exemplum como estrategia persuasiva en la Rhetórica Christiana de Fray Diego Valadés" en http://www.analesiie.unam.mx/pdf/77_33-66.pdf
- GRUPO µ., 1993: *Tratado del signo visual*. Cátedra, signo e imagen. Madrid.
- MORTARA GARAVELLI, B., 1991: *Manual de retórica*. Segunda edición. Cátedra. Madrid.
- ORTEGA, A., 1989: *Retórica. El arte de hablar en público. Historia-método y técnicas oratorias*. Ideas Culturales S.A. & Instituto Europeo de Retórica. Madrid.
- QUINTILIANO, 1970: *Institutio oratoria*. Winterbotton. Oxford.
- VV. AA., 2004: *El club de la comedia contraataca*. Tercera edición. Suma de letras / punto de lectura.com /. Madrid

Nº 5– REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS – ISSN: 1697 - 8293

Introducción al análisis retórico del texto fílmico

Mario Rajas

Resumen

Este artículo pretende establecer líneas específicas de investigación para abordar un análisis textual fílmico desde una perspectiva eminentemente retórica. Para ello, se delimita el ámbito de influencia de la Retórica frente a otras disciplinas afines, se define la materia de estudio y se exponen sus características y funciones preponderantes, a la vez que se articula un doble proceso de análisis retórico, primero, como comunicación persuasiva y, segundo, como conjunto de operaciones, pautas y herramientas codificadas de creación y análisis del discurso fílmico.

Palabras clave

Retórica – Persuasión – Figuras retóricas – Análisis textual – Discurso – Film – Dirección cinematográfica – Montaje.

Abstract

This article tries to establish specific lines of investigation to approach a filmic textual analysis from an eminently rhetorical perspective. For it, the scope of influence of the Rhetoric other compatible disciplines is delimited as opposed to, defines the study matter and their preponderant characteristics and functions are exposed, simultaneously that articulate a double process of rhetorical analysis, first, like persuasiva communication and, second, set of operations, guidelines and codified tools of creation and analysis of the filmic speech.

Key words

Rhetoric – Persuasion – Rhetorical Figures – Textual Analysis – Speech – Film – Film directing – Editing.

1.- Introducción.

Abordar el análisis textual fílmico desde una perspectiva eminentemente retórica exige el planteamiento de una serie de consideraciones previas a la aplicación práctica de cualquier modelo formulado para llevar a cabo dicho análisis. Desarrollar una base teórica apriorística, que incluya la definición y delimitación del ámbito retórico y su especificidad frente a otras perspectivas teóricas como la Narrativa o la Pragmática o la exposición detallada de las funciones a cumplimentar por un estudio de estas características, resulta condición ineludible para fundamentar una investigación rigurosa que pueda vincularse a la Retórica.

En los análisis pluridisciplinares de textos fílmicos se aprecia, por desgracia de manera frecuente, la ausencia de ese trabajo anterior que justifique y valide el acercamiento al objeto material propuesto para su exploración. Con mayor claridad se constata esta carencia en los estudios retóricos audiovisuales, donde no existen esquemas ni pautas de trabajo definidas y son escasos los referentes concretos en los que poder basarse. Por regla general, se afronta directamente un fragmento, una película o la obra completa de un autor, sin haber establecido o acotado con anterioridad los parámetros que han sido empleados para ello, produciendo la sensación de arbitrariedad y subjetividad[1] no contrastada que domina gran parte de la bibliografía fílmica y favoreciendo la, ya de por sí, ambigüedad y tendencia al solapamiento entre las áreas afines de enfoques analíticos.

[1] No obviamos la importancia que para todo análisis adquieren las preferencias personales del sujeto investigador. Estas no son, solamente, insoslayables, sino que resultan convenientes para que el fruto de su labor sea realmente provechoso, para él, y para los lectores que accedan a su estudio. Ahora bien, igualmente, se plantea la necesidad de que esas inclinaciones individuales se sometan a un método, en la medida de lo posible con vocación científica, siempre asumiendo el carácter flexible del texto fílmico.

El objetivo de este articulo es, por lo tanto, proponer líneas de investigación para el análisis de textos fílmicos desde una perspectiva específicamente retórica. Como veremos, dichas líneas pueden confluir en un modelo, o bifurcarse en distintas aproximaciones teóricas, de acuerdo a los intereses particulares del analista. Nuestra intención es proveer al investigador de herramientas sólidas para iniciar ese apasionante recorrido especular que es el análisis y la creación de obras cinematográficas desde el punto de vista de la Retórica.

2.- El espacio del análisis y la construcción retórica.

Estableceremos bajo este epígrafe una delimitación de las distintas perspectivas limítrofes de análisis discursivo, complementarias y, en algunas ocasiones, asimiladas a la Retórica, definiremos con precisión el alcance de dicho término y, por último, enumeraremos las parcelas de estudio que abarca.

2.1.- Delimitación de áreas: Poética, Narrativa, Pragmática y Estética.

El análisis de textos fílmicos puede emprenderse desde muy variadas disciplinas (Semiótica, Psicoanálisis, Sociología, etc.). Cualquier aproximación, por muy heterogénea que sea su procedencia, empieza por fijarse unos objetivos determinados y, de acuerdo a ellos, proponer unos instrumentos metodológicos que se consideren pertinentes para la obtención de resultados satisfactorios.

En el ámbito de los enfoques discursivos, es decir, de los estudios que sitúan como objetivo primordial el análisis de la construcción textual, el cómo están realizadas las obras, se produce una confluencia de perspectivas que, por su propia naturaleza híbrida, por su gran recorrido histórico (son materias de estudio desde la antigüedad clásica) y por el carácter igualmente heterogéneo del discurso fílmico, se complementan y solapan. Debemos, por consiguiente, distinguir y demarcar estos enfoques específicos y establecer la relación existente entre ellos, para encarar un análisis retórico plenamente autónomo, desligado del resto de las disciplinas colindantes.

En primer lugar, entendemos la Poética fílmica como el estudio general de la construcción de los textos cinematográficos. Es decir, la disciplina integradora de las demás aproximaciones: la Narrativa, la Retórica, la Pragmática y la Estética fílmicas, por citar las más relevantes. Al respecto,

ha existido a lo largo de la historia un enconado debate sobre si esa función marco de construcción textual correspondería a la Poética o, por el contrario, habría que atribuírsela a la Retórica. Las razones aducidas para este último supuesto son, primero, entender que no existe ningún texto que no pueda ser considerado de carácter persuasivo, y segundo, que los distintos componentes del discurso (como el orden o las figuras codificadas) se han analizado frecuentemente desde el ámbito de la Retórica, relegando a la Poética al espacio restringido de la lírica, la composición literaria o los estilemas reconocibles en determinados autores, escuelas, movimientos o corrientes. Ninguno de los dos motivos, como veremos, resultan suficientes para defender una supremacía disciplinar de la Retórica, y, en cambio, en el espacio concreto del texto fílmico, caracterizado por la mezcla de múltiples sustancias expresivas, sus convergencias tecnológico – creativas y sus amplias funciones industriales, comunicativas y artísticas, la Poética[2], como estudio de la construcción del film en su conjunto, resulta de facto la disciplina adecuada para englobar a nivel teórico a las demás.

En segundo lugar, la Narrativa o Narratología fílmica se encarga del estudio de las obras cinematográficas narrativas, es decir, los textos que exponen un relato, que cuentan una historia. El hecho de que el cine hegemónico de ficción sea en esencia narrativo, ha convertido a la disciplina en la corriente mayoritaria a la hora de estudiar el mismo. Sin embargo, como hemos apuntado, la Poética de un texto es previa a su configuración como relato o no.

Podemos distinguir dos planos de análisis en una narración cinematográfica. La historia o contenido narrativo (Qué), compuesta por el espacio, el tiempo, los personajes y las acciones, y el discurso (Cómo), la forma de plasmar fílmicamente ese contenido por medio del tratamiento de las sustancias expresivas (principalmente la imagen y el sonido). Es decir, entendemos el discurso narrativo siempre en relación a la historia a la que da forma, lo que lo distingue del discurso retórico, más desligado de elementos de contenido concretos a los que obedecer o contradecir. Aún así, como veremos, son bastantes los puntos de confluencia entre la Narrativa y la Retórica cuando el objeto analizado es un texto ficcional.

En tercer lugar, la Pragmática fílmica analiza la relación con los receptores de la comunicación cinematográfica y las circunstancias o contextos del consumo de películas. Al igual que la Retórica, sitúa, por lo tanto, al usuario del proceso comunicativo, en este caso el espectador, como centro de su materia de estudio, si bien la diferencia entre una y otra disciplina redunda en que

[2] Recordemos la triple propiedad natural que García Jiménez atribuye a la Poética: "Su condición de actividad normativizada, su naturaleza creativa, y en cuanto tal, su condición de libre […] Lo más productivo de la poética es la libertad de violar sus normas" (1996:72)

mientras la Pragmática aborda el proceso desde el acto de recepción, la Retórica lo hace desde el texto, desentrañando su carácter persuasivo, y previamente en las intenciones de cara a influir en el usuario manifestadas por el emisor.

Por último, la Estética fílmica, es la perspectiva de estudio a la que se encomienda la vertiente estrictamente artística del cine, entendida ésta como el análisis formal puro desligado de connotaciones ajenas a los propios conformantes tecnológico – expresivos del texto fílmico. La Estética[3], por lo tanto, incidirá en los aspectos discursivos correspondientes a la plasmación visual y auditiva de las películas (la escenografía, la fotografía, etc.) y a sus posibles articulaciones, para su comprensión y exposición didáctica, en la Historia artística del cine (escuelas, movimientos, períodos, etc.). Tradicionalmente, en sentido peyorativo, se ha asociado la presencia de elementos retóricos (como *ornatus*) con el campo estético, por considerar su aparición en el texto como algo superfluo[4] que pretende exclusivamente la búsqueda de la belleza en detrimento de la función. Ni la Retórica, como veremos, ni la Estética, son ramas prescindibles, y las tareas adjudicadas a esta última, lejos de circunscribirse a reducidos ámbitos expresivos, son la base ineludible sobre la que erigir un análisis de los heterogéneos códigos (no gramaticales, en sentido estricto) que conforman el discurso fílmico.

Por lo tanto, constatamos que cada área de estudio tiene una serie de funciones específicas atribuidas, que, si bien coinciden en determinados aspectos, y, sobre todo, convergen en determinadas fases del proceso creativo y analítico (por ejemplo la Estética, al encargarse de la faceta tecnológico – expresiva y la Narrativa, antes de integrar esos elementos en un relato) pueden distinguirse y delimitarse a la hora de facilitar la investigación y la exposición didáctica de un análisis textual fílmico. La Poética, por consiguiente, engloba como disciplina general de la construcción discursiva[5] a la Estética, la Narrativa, la Pragmática y la Retórica, las cuales, por un

---

[3] Según el Diccionario de la R.A.E: "*Ciencia que trata de la belleza y de la teoría fundamental y filosófica del arte*". Su aplicación al texto fílmico es más restringida, y para muchos autores, ni siquiera desligable de otras perspectivas de estudio.

[4] Nótese al respecto como en el lenguaje popular lo retórico ha devenido sinónimo de sobrante, rebuscado, artificial, oblicuo o farragoso.

[5] No consideramos la existencia de una gramática, una sintaxis o una semántica propiamente fílmica. Los heterogéneos códigos que emplea el cine y la mayor diversidad aún a la hora de relacionarse unos con otros, impiden la normativización de una serie de estructuras que pudieran definirse como "lenguaje del film". Por ello, los campos mencionados se integran, según proceda, en las cuatro disciplinas apuntadas. Por otro lado, situamos la Creatividad

lado, comparten áreas comunes (lo que ha generado la extendida práctica de que desde una sola de estas disciplinas suelan estudiarse elementos pertenecientes a las restantes, como sucede frecuentemente con la faceta Narrativa) pero, por otro, detentan funciones claramente definidas que las distinguen de las demás y que impiden la viabilidad de ese planteamiento reduccionista.

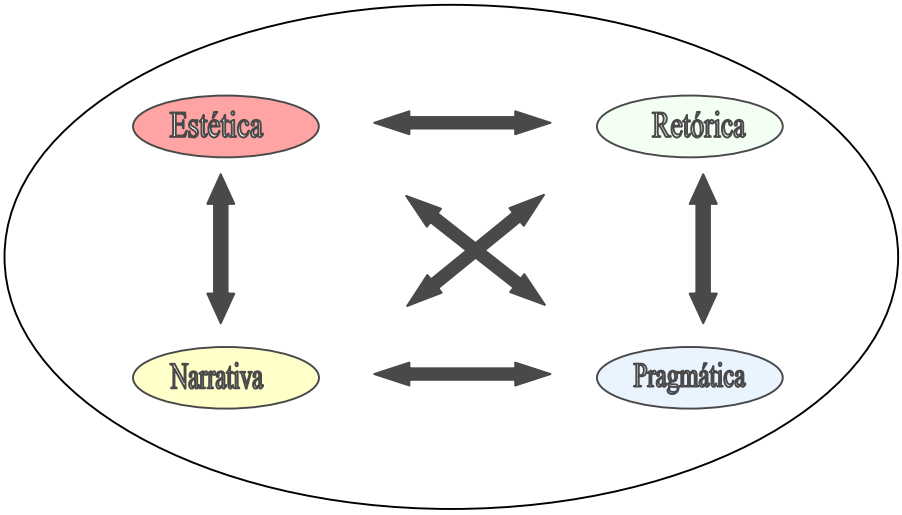


Fig. 1. Poética Fílmica.

2.2.- La Retórica Fílmica.

La Retórica (de los vocablos griego y latino, "ρητορικη" y "rhetorica") ha sido una disciplina firmemente asentada en los estudios sobre el acto comunicativo verbal, de carácter oral, primero, y escrito, después, desde la antigüedad clásica. Para completar un recorrido histórico por las variaciones, añadidos y reformulaciones que ha experimentado el término, remitimos a Mortara Garavelli (2000). Destaquemos de ese devenir que, tras un nuevo periodo de esplendor durante la Edad Media de las distintas materias que tratan del discurso, la Retórica padeció el desprecio y finalmente cayó en el ostracismo por su presunta inutilidad, pedantería y relación superflua con el texto, por haberse convertido en una "repetición acrítica de esquemas y modelos vulgarizados y vulgares, la vaciedad elevada a sistema: en suma, el acervo de incrustaciones que habían vuelto irreconocible un monumento venerable […] Retórica como declamación, frialdad, exceso,

dentro del proceso intelectual que tiene lugar en el sujeto creador, más que en la creación textual propiamente dicha, de la que ya se da debida cuenta en la Poética.

ostentación y engaño, degeneración del estilo" (Mortara Garavelli, 2000:7), hasta que a mediados del pasado siglo, a partir del famoso texto *Tratado de la argumentación* de Perelman y Olbrechts-Tyteca, originalmente publicado en 1958, la Retórica renació académicamente ajustada a los nuevos tiempos y a los nuevos medios de comunicación social.

Coincide la mayoría de los autores históricos en señalar un rasgo fundamental en el discurso retórico: su carácter persuasivo. Un enunciador pretende influir de determinada manera, pretende obtener determinada respuesta del receptor, y para alcanzar su objetivo, introduce en el seno de su comunicación una serie de recursos, en varios niveles extensivos del texto (como conjunto, partes específicas, etc.) y de diversa naturaleza fonética, morfológica, sintáctica, gramatical o semántica.

Esa persuasión es entendida en sentido amplio, no circunscrita a una intencionalidad tipificada o restringida, a la que pudiera adherirse connotaciones negativas, quedando únicamente supeditada a la construcción textual concreta y al ámbito comunicativo específico donde el texto, en este caso fílmico, cobra vida. De ese modo, una película puede querer emocionarnos, divertirnos, convencernos de lo erróneo de una aseveración convencionalmente asumida, proponernos una nueva visión de las relaciones humanas, o varias de estas acciones a la vez. En cualquiera de estos ejemplos lo que subyace o se manifiesta explícitamente (y justifica la existencia del propio texto) es la intención de un emisor de provocar un cambio, mediante su intervención comunicativa, en un estado previo del receptor.

Esas intenciones persuasivas, como ya adelantaba Aristóteles, sólo se subordinan a una intención necesaria, inherente a todo texto: que se permita su difusión completa, su desarrollo concluso, es decir, que el oyente no abandone la comunicación antes de finalizada ésta. Para ello el discurso retórico establecerá, en primer lugar, determinados mecanismos para que la comunicación no se dé por terminada hasta que el orador lo considere oportuno. Sin esa condición básica, cualquier otro despliegue persuasivo quedara lastrado, será ineficaz, o sólo acarreará lecturas aberrantes, y por lo tanto, contrarias a su genuina intencionalidad. A partir de ahí, la persuasión no se constriñe[6] a una serie limitada de pretensiones[7].

---

[6] Recordemos de Aristóteles: "Sea retórica la facultad de considerar en cada caso lo que cabe para persuadir" (2002: 1355b25-26) y apuntémosla en un doble sentido: el de los objetivos de la persuasión (como emocionar) y el de los medios elegidos para obtener dicho fin.

[7] La definición de retórica que propone la RAE, "Arte de bien decir, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia bastante para deleitar, persuadir, o conmover" iguala esas tres acciones, cuando la central, persuadir, engloba las otras dos, además de muchas otras reacciones provocadas en el lector / oyente / espectador.

De este modo, se han establecido históricamente, además de pautas de elaboración general del discurso (proceso argumentativo y la disposición y expresión del mismo) fórmulas tipificadas, las denominadas figuras, que han codificado la función persuasiva, en términos de eficacia y recurrencia de uso, para su concreción en el texto. Lo veremos a continuación.

Por otro lado, como indica Albaladejo, la Retórica es a la vez un arte y una ciencia. "Cómo arte o técnica consiste en la sistematización y explicitación del conjunto de instrucciones o reglas que permiten la construcción de una clase de discursos que son codificados para influir persuasivamente en el receptor" y "Como ciencia, la Retórica se ocupa del estudio de dichos discursos en sus diferentes niveles internos y externos, en sus aspectos constructivos y en sus aspectos referenciales y comunicativos" (1993: 11).

Por lo tanto, la Retórica se encuentra tanto en el proceso de construcción de los textos fílmicos como en el análisis de los mismos, y, a su vez, resulta posible distinguir dos grandes espacios de investigación retórica: el estudio de la comunicación persuasiva, por una parte, y el estudio de las construcciones retóricas internas del texto, por otra.

3.- La doble vertiente de las investigaciones retóricas aplicadas al cine.

3.1.- La comunicación persuasiva.

Mencionábamos anteriormente que la intencionalidad persuasiva se encuentra en el núcleo mismo de la definición de comunicación retórica. A un motivo cualquiera (eso sí, válido y verdadero, evitando coincidir con Platón en que la Retórica sirve, ante todo, para seducir y disfrazar argumentos falaces) se le adjuntan los medios persuasivos necesarios para que el mensaje alcance correctamente a su interlocutor.

Se trata del primer ámbito de trabajo donde es aplicable la investigación retórica. En clara conexión con la Psicología, y a nivel más concreto de discurso, con la Pragmática, estos enfoques abarcan un amplio espectro de análisis retóricos determinados: desde la enunciación de las líneas de persuasión históricas hegemónicas en el cine, hasta la naturaleza esencialmente seductora del dispositivo cinematográfico de cara al espectador, pasando por estudios centrados en aspectos intencionales puntuales (por citar un ejemplo, cómo se produce la transmutación de las convicciones

de un espectador, cuando este desea que no se detenga al protagonista – asesino en una secuencia de suspense así planteada y luego vuelve a reestablecer su escala de valores) o en la evidente proliferación de estructuras persuasivas de carácter hedonista en la postmodernidad fílmica.

Un campo de estudio, dentro de este apartado, mantiene especial interés. Cuando Paolo Valesio, diferencia la ideología de la Retórica (que tiende a ser suplantada por la primera) señala la existencia de una vertiente ideológica, la "Retórica de la antiretórica", en la que, "In essence, what happens is that a sophisticated rhetorical mechanism is employed to convey a message that attacks rhetoric" (1980: 41) y añade sobre la crítica retórica que, "...his task is that of showing that things are not what they seem- that literary texts are more deceitful than texts in other genres or everyday discourses in pretending to refuse rhetoric, or to handle it as they please; whereas in reality they are the reflex of an underlying rhetorical mechanism that speaks through the speaker-writer, often against his intencion, and almost always with a depth of complexity of which he, the author, can see only a limited part" (1980:42), plantea numerosos interrogantes sobre las atribuciones y los márgenes de la comunicación persuasiva, entre ellas, una posible labor inconsciente por parte del emisor a la hora de integrar componentes retóricos en su mensaje.

3.2.- La construcción textual retórica.

Podemos distinguir dos áreas de análisis retórico dentro de la configuración persuasiva de los textos.

En primer lugar, las estructuras de elaboración y organización del discurso, y, en segundo, dentro de estas, pero de carácter independiente debido a la importancia que han adquirido por separado[8], las mencionadas figuras. En la actualidad la influencia de éstas últimas en los estudios sobre textos audiovisuales es superior a los esquemas generales que las contienen, lo que ha permitido que estas estructuras discursivas hayan sido progresivamente asimiladas, y por lo tanto desarrolladas de forma más profusa y pertinente, por otras disciplinas como la Narrativa o la Estética.

[8] Un claro ejemplo que secunda firmemente esta afirmación es que en los libros académicos las figuras retóricas se han extraído de la propia Retórica, como si fueran su única aportación a los estudios textuales y se han obviado u olvidado las demás facetas teóricas de ésta.

3.2.1.- Las estructuras retóricas del discurso.

Aristóteles (2002: 1356a) establece los conceptos de *ethos*, *logos* y *pathos*, terminología que debemos tener en cuenta respecto a las estructuras retóricas que fundamentan la comunicación persuasiva en el texto fílmico. Los vocablos representan tres espacios donde acentuar las posibilidades de que la intencionalidad ejercida sobre el espectador resulte un éxito.

El *ethos* trata del orador. Aplicado al cine, su correlato más acertado sería el director o autor de la realización fílmica, al erigirse en coordinador y máximo responsable del texto[9]. En concreto, el *ethos* concierne a la reputación y el comportamiento, en un texto concreto, del cineasta. No sólo admitiendo la existencia de la política de autores, donde el valor del film viene representado por el valor de su autor, sino analizando el cine comercial mayoritario, se constata que la fama, el respeto o el nombre del director resultan elementos persuasivos de primer orden en las películas, sobre todo, para cumplir la principal intención de un texto que, como dijimos, es que el espectador acceda a él (pague por consumir un producto cultural en una sala de proyección, a través del mercado videográfico o la difusión televisiva) y no se desvincule hasta que la comunicación haya concluido.

El *logos*, equivale, hablando en términos fílmicos, a la verosimilud de los argumentos lógicos esgrimidos en la película. Si el texto transmite una verdad o algo parecido o cercano a ella, la posibilidad de aceptación por parte del espectador, por lo tanto, la incidencia persuasiva sobre él, resulta mayor. Desde el análisis del contenido narrativo se han emprendido interesantes estudios sobre el verosímil fílmico y su relación con el espectador.

Por último, el *pathos*, atañe a las emociones (materia prima del cine) y el efecto que éstas pueden causar en el público. Las películas, ante todo, proponen frecuentes, bruscos y repentinos cambios en el estado de ánimo del espectador (a nivel del texto completo, a nivel puntual con la introducción de una música, etc.) y por lo tanto, su análisis es uno de los principales marcos de actuación de una investigación retórica. Por ejemplo, un recurso retórico muy extendido, fundamentado en el *pathos*, es erigir en el seno de una secuencia un clima distendido, incluso gracioso o cómico, para a continuación, sin que medie ningún tipo de transición, sustituir dicho

[9] Sin embargo, una obra colectiva que es fruto de la colaboración de un gran número de profesionales puede analizarse desde variados puntos de vista. El *ethos* de los actores, por ejemplo, es digno de ser tenido en cuenta a la hora de organizar un entramado persuasivo fílmico.

clima de forma violenta por medio de un incidente de signo contrario que cambie radicalmente el estado emocional del espectador.

Por otro lado, A nivel de organización del proceso retórico y las operaciones constituyentes del discurso, lo que, reiteramos una vez más, ha sido atribuido, por la hegemonía del relato en el texto fílmico ficcional, a la disciplina narratológica, la Retórica ha establecido, desde la antigüedad, la siguiente división: *Inventio*, la búsqueda y hallazgo de argumentos para hacer plausible una tesis (lo que no significa, exactamente, la invención de dichos argumentos); *Dispositio*, la ordenación de la fase anterior en el orden espacio – temporal del texto y, por último, la *Elocutio*, la plasmación expresiva, a través de las correspondientes posibilidades del medio, de la idea principal y los distintos argumentos en el discurso. Las otras dos fases de la creación retórica, las que se establecen una vez dispuesto el texto para su comunicación, *la Memoria*, es decir, las actitudes y habilidades del orador para memorizar hasta los más ínfimos detalles de su discurso, y la *Pronuntiatio* o *Actio*, el momento o acto de la puesta en escena del discurso en la que el orador controla su voz, gestos y movimientos para obtener la respuesta requerida del oyente, no se trasladan de forma evidente al discurso fílmico, al ser fases pensadas para una exposición oral en tiempo presente. Ambas etapas, podrían equipararse, con reservas, a diversas tareas de los intérpretes o actores dentro de la puesta en escena de un film.

Como apuntábamos con anterioridad, uno de los trabajos pendientes a la hora de abordar el estudio del texto fílmico desde una perspectiva retórica es integrar o acomodar este doble proceso estructural, una vez acordadas las modificaciones o reformulaciones que corresponda, con los heterogéneos procesos, modos y técnicas del medio cinematográfico. Así, por ejemplo, en la fase de preproducción de una película, específicamente en la del desarrollo del guión literario, constatamos una correspondencia evidente entre las dos estructuras retóricas y el método de trabajo para la redacción del material de base que servirá para el posterior desarrollo de la película.

3.2.2. – Las figuras retóricas. Confluencias terminológicas.

Las figuras, como fórmulas históricamente tipificadas de expresión retórica aplicadas a lo lingüístico (de índole fonológica, morfológica, sintáctica o semántica) requieren, en primer lugar, una adecuación al nuevo contexto mediático que supone el cine. En efecto, el listado de esas herramientas de contrastada eficacia y dilatado uso, divididas[10] en figuras de adición, supresión,

[10] Otra forma de organización de las figuras consiste en dividirlas en figuras de dicción, que afectan a la expresión e incluyen metaplasmos (modificaciones fonéticas y morfológicas, es decir, de carácter interno a la palabra) y metataxis

sustitución e intercambio o permutación, demandan su traslación a las sustancias expresivas (imagen y sonido) y a sus combinaciones discursivas fílmicas para superar cierto empleo vago y difuso de sus significaciones. Por ejemplo, es corriente hablar, en muy variados contextos analíticos, de rima visual, estableciendo una equivalencia con la figura retórica "rima" que representa "Igualdad o semejanza de sonido de las palabras a partir de la última vocal tónica en las palabras finales de los versos, de los hemistiquios y o en otros fragmentos del discurso", ampliando el ámbito de la poesía a las sustancias propias del cine (rima escenográfica, rima secuencial, rima en la situación espacial de los personajes, etc.) pero de una manera ambigua o general y no adecuadamente definida, lo que despoja al término de su verdadero significado, como figura tipificada que ostenta, según hemos apuntado, unas características, reglas y funciones muy concretas en una composición poética y, por el contrario, al traducirse al nuevo medio, se convierte en un rasgo técnico - expresivo que puede definirse por medio de varias figuras (paralelismo visual, similicadencia de planos, etc.) sin mantener respecto a la originaría designación oral o escrita su carácter específico o único.

Por otro lado, constatamos que en el interior de la terminología fílmica[11] se encuentra un número de vocablos que procede del catálogo de figuras retóricas. Desde las figuras "supramediáticas" aplicables a cualquier ámbito comunicativo, como los tropos[12] (sinécdoque, metonimia, metáfora, etc.) a figuras que gozan de mayor relevancia en el nuevo medio de la que disfrutaban en el plano puramente lingüístico: la elipsis, por ejemplo, es considerada una herramienta fundamental, a nivel mecánico y narrativo, en el relato fílmico o la anacronía (analepsis o retrospección y prolepsis o anticipación / prospección) es un recurso de constante presencia en las ficciones, donde las distintas desviaciones entre el tiempo de la historia y el tiempo del discurso están a la orden del día. Estudiar estas correspondencias en los significantes y significados supone un interesante trabajo por realizar.

(modificaciones sintácticas de orden externo u oracional), y figuras del pensamiento, que afectan al contenido en su presentación ante el público, que son los metalogismos.

[11] Esta afirmación es extensible a la teoría, el ámbito académico o la crítica cinematográfica, si bien no con igualdad de rigor y pertinencia semántica en el empleo de los términos.

[12] R.A.E: "Empleo de las palabras en sentido distinto del que propiamente les corresponde, pero que tiene con este alguna conexión, correspondencia o semejanza"

4.- Propuestas de líneas de investigación.

Apuntamos una consecuencia derivada de lo expuesto anteriormente, una evidencia que convierte el estudio de la retórica en materia digna de orientar un análisis textual, y que no es otra que la "proyección futura" de la producción de la misma. Como constata Albaladejo "La retórica tiene, en relación con la construcción del discurso retórico, un doble carácter: inductivo y proyectivo" (1993:17)

Es decir, por un lado se ocupa de los textos existentes, para extraer inductivamente, por medio del análisis, los elementos constantes y regulares que los han ido conformando históricamente. Por otro, la retórica "se interesa proyectivamente por los discursos futuros, por los textos retóricos que todavía no existen, los cuales han de ser construidos de acuerdo con las reglas obtenidas en el análisis mencionado" (*ídem*).

Este planteamiento analítico – constructivo es el que debe fundamentar un análisis retórico del medio fílmico, cuyas diversas líneas de investigación, abiertas y reformulables en lo concreto pero invariables en su configuración teórica general, resumimos a continuación.

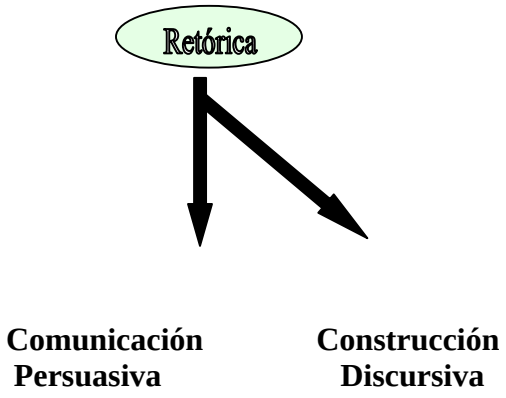


Fig. 2. Líneas retóricas de investigación.

La comunicación persuasiva implícita a un texto fílmico retórico abre múltiples vías de análisis y construcción como vimos en el epígrafe 3.1. Añadamos alguna más: una investigación del montaje como herramienta de persuasión codificada (véanse al respecto, entre otras muchas manifestaciones, las teorías de Eisenstein y Pudovkin), sobre los diversos intentos que a lo largo de

la historia del cine han intentado desprenderse de ese carácter intencional de cara al espectador[13] o sobre la reacción del receptor ante un discurso tan férreamente dirigido como el fílmico.

En el ámbito de la construcción discursiva concreta (que dividíamos en dos apartados, las estrategias organizativas y operativas del texto y las figuras retóricas), la capacidad de proponer estudios interesantes resulta todavía mayor. Esto es debido, por un lado, a la heterogeneidad de campos atrayentes que ofrece el cine (análisis secuencial, de una película, de un autor, de un periodo, de una técnica discursiva, etc.) y por la naturaleza abierta, nunca prescriptiva, de las intervenciones retóricas discursivas que hemos visto. A pesar de lo amplio del abanico de investigaciones por realizar, una tarea que se presenta con urgencia, apriorística, es la de completar un diccionario de figuras retóricas audiovisuales (trasladando términos de forma literal, depurando otros, modificando contenidos, relacionando su significado con el vocabulario fílmico, etc.) como base sobre la que abordar textos fílmicos de forma rigurosa.

Desde este breve artículo emplazamos a los investigadores del texto fílmico a iniciar este ignoto camino del análisis retórico del cine. No es tarea fácil, pero los resultados merecerán, con creces, la pena, si se logra avanzar en el maravilloso camino de la experiencia cinematográfica.

[13] Planteando, frontalmente, la fascinante cuestión de si es posible comunicar fuera de la retórica.

5.- Bibliografía.

- ALBALADEJO, TOMÁS (1993) *Retórica*, Editorial Síntesis, Madrid.

- ARISTÓTELES

- (1970) *El arte poética*, Espasa-Calpe, Madrid.

- (2002) *Retórica*, Alianza Editorial, Madrid.

- AUMONT, JACQUES / MARIE, MICHEL (2002) *Análisis del film*, Paidós, Barcelona (T.O.: *L'analyse des films*, Nathan, París, 1988)

- CASETTI, FRANCESCO / DI CHIO, FEDERICO (2003) *Cómo analizar un film*, Paidós, Barcelona (T.O: *Analisi del film*, Gruppo Editoriale Fabbri, Bompiani, Sonzogno, Etas, Milán, 1990)

- GARCÍA JIMÉNEZ, JESÚS (1996) *Narrativa audiovisual*, Cátedra, Madrid.

- GONZÁLEZ REQUENA, JESÚS (Comp.) (1995) *El análisis cinematográfico*, Editorial Complutense, Madrid.

- LOZANO, JORGE / PEÑA-MARÍN, CRISTINA / ABRIL, GONZALO (1999) *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*, Cátedra, Madrid.

- MORTARA GARAVELLI, BICE (2000) *Manual de retórica*, Cátedra, Madrid (T.O.: *Manuale di retorica*, G.E. Fabbri, 1988)

- SCHMIDT NOGUERA, MARGARITA (1997) *Análisis de la realización cinematográfica*, Editorial Síntesis, Madrid.

- VALESIO, PAOLO (1980) *Novantiqua, Rhetorics as a contemporary theory*, Bloomington, Indiana UP.

Nº 5– REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS – ISSN: 1697 - 8293

TIPO/RETÓRICA

Una aproximación a la Retórica Tipográfica

Roberto Gamonal Arroyo (robertogamonalyahoo.es

Profesor de Diseño Gráfico y Análisis de la Imagen. Universidad Francisco de Vitoria.

Resumen

A simple vista la Retórica y la Tipografía parecen dos disciplinas con poco en común, pero en este artículo veremos cómo estas dos materias, con muchos siglos de existencia, tienen nexos inquebrantables que abren nuevas vías de investigación. La letra es la representación verbal y visual de nuestro lenguaje y nuestro pensamiento. Su agrupación en palabras y oraciones conforman textos cuyo objetivo principal es persuadir al lector para ser leídas. Y esta persuasión la ejerce no sólo a través de su contenido, sino también de su forma.

Palabras clave

Retórica – Tipografía – Retórica Visual – Retórica Tipográfica – Persuasión – Diseño Gráfico

Abstract

At first Rhetoric and Typography seem two disciplines with little in common, but in this article we will see how these two matters, with many centuries of existence, have unshakeable nexuses that open new routes of investigation. The letter is the verbal and visual representation of our language and our thought. Their grouping in words and phrases conforms texts whose primary target is to persuade the reader to be read. And this persuasion exerts it not only through its content, but also of its form.

Key words

Rhetoric – Typography – Visual Rhetoric – Typographic Rhetoric – Persuasion – Graphic Design

Pero,/ tipografía,/ déjame/ celebrarte/ en la pureza/ de tus/ puros perfiles,/ en la redoma/ de la letra/ O,/ en el fresco/ florero/ de la/ Y/ griega,/ en la/ Q/ de Quevedo,/ (¿cómo puedo pasar/ mi poesía/ frente a esa letra/ sin sentir el antiguo escalofrío/ del sabio moribundo?),/ a la azucena/ multiplicada/ de la/ E/ escalonada para subir al cielo,/ en la Z/ con su rostro de rayo,/ en la P/ anaranjada.
Amor,/ amo/ las letras/ de tu pelo,/ la/ U/ de tu mirada,/ las S/ de tu talle.
En las hojas/ de la joven primavera/ relumbra el alfabeto/ diamantino,/ las esmeraldas/ escriben tu nombre/ con iniciales frescas de rocío.
Mi amor,/ tu cabellera/ profunda/ como selva o diccionario/ me cubre/ con su totalidad/ de idioma/ rojo.

Fragmento de *Oda a la Tipografía* de Pablo Neruda (1956)

1. Una aproximación entre Retórica y Tipografía

La Retórica Clásica, desde sus orígenes allá por el siglo V a.C., se ha encargado de sistematizar el estudio del discurso oral como instrumento persuasivo en los foros jurídicos y políticos. Los clásicos establecieron las cinco fases de creación del discurso: *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria* y *actio*. Aristóteles introdujo como base de su Retórica el argumento, personificado en la figura del entimema, razonamiento elaborado mediante premisas probables (Aristóteles, 1990, 19).

Pero con el paso de los años la argumentación dejó de ser la piedra angular sobre la que se construía el discurso y la disciplina quedó reducida a un mero catálogo de figuras retóricas. Esto ha supuesto para la Retórica un gran lastre que impidió su desarrollo y generó una connotación peyorativa en torno a ella de lenguaje ampuloso y rebuscado. Este descrédito se debe a un excesivo ensalzamiento de la *elocutio* frente a las otras fases constituyentes del discurso que son de vital importancia como la *inventio* y la *dispositio*.

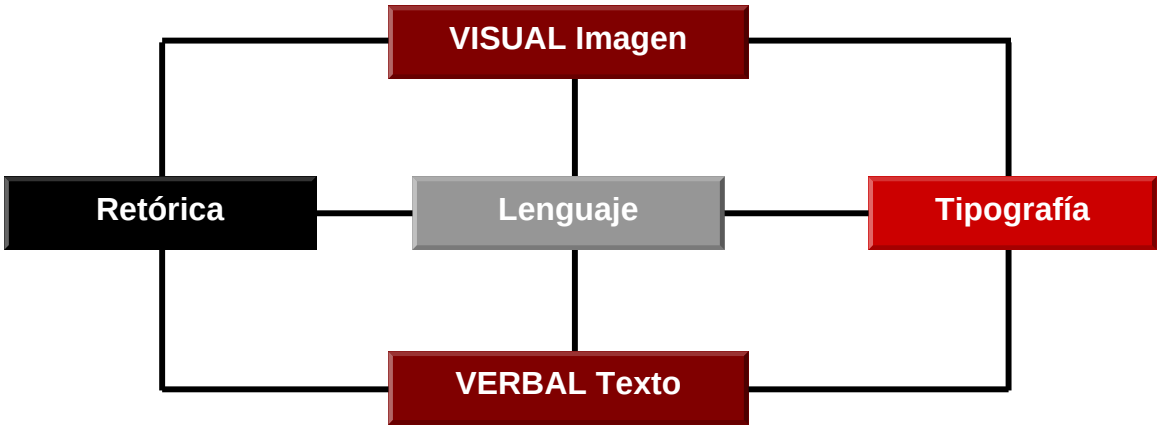
Desde hace varias décadas asistimos a un renacimiento de la Retórica, impulsada por la publicación en la década de los 60 del pasado siglo XX del "Tratado de la argumentación: la nueva retórica" de Perelman y Olbrechts-Tyteca. (Mortara Garavelli, 1991, 7). A partir de esta obra, la Retórica despertó de su letargo y extendió sus redes más allá del discurso y del lenguaje. Roland Barthes, su discípulo Jacques Durand y los integrantes del Grupo μ, entre otros, empezaron a sentar la bases de una Retórica Visual, trasladando los conocimientos fraguados durante siglos alrededor del lenguaje y la literatura al terreno de la imagen.

Por su parte, la Tipografía nace con la estandarización de la escritura mediante los tipos móviles y su impresión. A pesar de que su invención se atribuye a Gutenberg en 1440, existen antecedentes que confirman que en China ya se usaban tipos móviles, aunque de madera, en el año 960. Oficialmente, el inventor de los tipos móviles es Pi Sheng que en el 1045 fabricó caracteres de arcilla endurecida al fuego usando moldes de metal.

La Tipografía es la representación gráfica del lenguaje a través de la escritura formalizada y estandarizada. Como disciplina se encarga del estudio y la clasificación de familias o tipos de letras, así como del diseño de esos caracteres y su composición para formar un texto. Pero también es el procedimiento de impresión mediante tipos móviles utilizados en la confección de libros, revistas, periódicos y otros materiales de comunicación escrita.

Tras estas definiciones vislumbramos cómo la Tipografía se encarga, primero, de perfilar las formas de las letras y segundo, de organizarlas en palabras, oraciones, párrafos, en definitiva, textos que sean capaces de cautivar al lector para que sean leídos.

En la primera afirmación subyace la idea de que una letra es también una imagen y en la segunda, subyace la idea de texto. El tipo es imagen y texto a la vez. A Martin Solomon le gustaba llamarlo: TIPO-ICONO-GRAFÍA, una única palabra en la que se unen la letra, la imagen y la escritura. (Solomon, 1988, 8).



Juan Martínez-Val, en su libro "Tipografía Práctica", culmina su primer capítulo con unas conclusiones que tienen muy en cuenta la triada "letra-imagen-escritura" haciendo un alegato a favor del respeto a la Tipografía y aproximando esta disciplina a la Retórica (Martínez-Val, 2002, 53):

- Las letras son cosas:

  Parafraseando a Frederic W. Goudy que decía que "las letras son cosas, no imágenes de cosas", el autor afirma que las letras son entidades con personalidad propia que no podemos alterar de manera caprichosa porque son un bien social bello y práctico. Nos recuerda que la escritura se basa en símbolos anclados en la historia y en la sociedad.

- Las letras son imágenes de cosas:

  En los albores del nacimiento de la escritura, las letras fueron imágenes de cosas. Aunque esto se ha perdido debido a la abstracción de los signos de los antiguos alfabetos, la letra sigue siendo una imagen. Martínez-Val no está de acuerdo con la famosa cita de "una imagen vale más que mil palabras" porque una palabra impresa ya es, en sí misma, una imagen. Un ejemplo claro es que cuando leemos un texto, instintivamente, no nos fijamos en las formas de las letras. Pero cuando ese texto está escrito en una lengua extranjera que no conocemos, contemplamos las letras como formas, como imagen.

- Las letras son productos históricos:

  Cada uno de los diseños de letras que se han realizado a lo largo de la historia viven pegados al tiempo en que nacieron y se desarrollaron. Las letras nos hablan de ese tiempo y reflejan el espíritu de su época y el de los hombres que las crearon.

- Las letras son representaciones fonéticas:

  Las letras que forman una palabra nos remiten a imágenes mentales de lo que esas palabras representan en el lenguaje verbal (significante y significado).

- Las letras son símbolos retóricos:

  El autor afirma que se trata de una Retórica en el sentido que estamos apuntando en este artículo y que ya los griegos concebían como el conjunto de técnicas que se utilizan para crear un mensaje persuasivo y mejorar su eficacia. No una Retórica ampulosa, vana y vacía. Inevitablemente, cuando imprimimos un texto llenamos la página de sensaciones y emociones asociadas a las letras que usamos. Estas sensaciones, asegura el autor, pueden tener un carácter nacional o una implicación tecnológica e incluso política, religiosa o geográfica. No existe una tipografía neutra. Todas están llenas de simbolismo. Este es el extraordinario poder de la Tipografía: su fuerza simbólica.

Martínez-Val cierra estas conclusiones con un ejercicio poético y lleno de Retórica: “Hay letras líricas y otras pesadas como elefantes; tipografías femeninas y tipografías masculinas; caracteres que emprenden el vuelo con facilidad y dilatan la fantasía y escrituras que nos pegan a la dura piel de los negocios”.

2. La Tipografía y las dos Retóricas

En la Tipografía se dan la mano la Retórica Verbal y la Retórica Visual ya que las letras son a la vez signos lingüísticos y signos visuales. La fuerza simbólica que tiene la Tipografía y que nos señala Martínez-Val no es otra cosa que Retórica, entendida a la manera del Grupo μ (1987) como un conjunto de operaciones que transforma el sentido estricto del lenguaje (grado cero) en un lenguaje figurado lleno de nuevos y múltiples significados.

Los caracteres pueden transmitir no sólo información textual, sino también múltiples emociones y sensaciones a través de su forma. La elección de un tipo de letra nunca es arbitraria y requiere un ejercicio de reflexión que siempre tiene en su punto de mira al lector-receptor y los conceptos e ideas que se le quieren transmitir.

La expresión puede alterarse con un simple cambio tipográfico. Un mismo texto compuesto con diferentes tipos produce sensaciones diferentes, aunque digan exactamente lo mismo.

Willberg y Forssman (2002) afirman que este efecto se produce por dos motivos:

- la forma abstracta de los caracteres: finos, gruesos, redondos, sinuosos, rudos, elegantes, etc.
- la experiencia vital de una escritura: es decir, por lo que se ha vivido con ella.

Emil Ruder (1983) ahonda en esta cuestión diciendo que la tipografía tiene dos caras: por un lado, está condicionada por su finalidad práctica y por otro, se expresa mediante un lenguaje artístico formal. Tanto forma como función están directamente determinados por la época en las que fueron creadas o fueron utilizadas.

Esta retrospección al carácter temporal de la Tipografía nos remite al concepto retórico-aristotélico de *topoi*. Aristóteles los concebía como los lugares comunes y específicos a los que acudía el *rethor* para buscar sus argumentos para elaborar el discurso. Los lugares pueden agruparse

en lugares de la cantidad, la cualidad, el orden (temporal o espacial), lo existente, la esencia y la persona (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1994:147).

Claros ejemplos de la "experiencia vital" de las letras son estas creaciones tipográficas:

- La tipografía basada en la letras capitales de la columna trajana nos remiten indefectiblemente a la Antigüedad Clásica y los gloriosos tiempos de Roma.
- Los rasgos sinuosos y puramente ornamentales del tipo de letra Art Nouveau nos conducen a finales del siglo XIX y principios del XX donde se desarrolló el movimiento artístico que lleva el mismo nombre.
- La letra gótica es un caso especial en el que se aúnan cuestiones temporales, geográficas y políticas. Se trata de un tipo de escritura desarrollado antes de la invención de la imprenta, pero adaptado a ella en sus comienzos. La letra gótica nos remite temporalmente a la Edad Media, geográficamente a los países centroeuropeos (concretamente a Alemania) y políticamente al nazismo. Aunque la gótica sea un tipo de letra "inocente", lleva el estigma negativo de haber servido como "tipografía oficial" de la propaganda nazi.

La Tipografía y la Retórica tienen como nexo de unión el Lenguaje. Ambas trabajan con las letras como materia prima, tratándola como texto e imagen a la vez. La Retórica, elaborando textos persuasivos y la Tipografía, dándoles una presencia atractiva que invite a su lectura.

Pero la persuasión, aunque es la función más clásica de la Retórica, no es la única:

- Función comunicativa: la Retórica toma el sentido del lenguaje estricto para transformarlo en un lenguaje figurado, un nuevo mensaje capaz de convencer y persuadir. Toda comunicación lleva implícita la persuasión.
- Función constructiva: mediante la utilización de las figuras retóricas se puede construir un mensaje con una finalidad determinada y dirigido a un público determinado.
- Función estética: la Retórica busca persuadir a través de los argumentos y conmover a través de la belleza del lenguaje. Esta función suele utilizarse en la poesía.
- Función didáctica: la Retórica facilita la comprensión de los textos mediante comparaciones que nos hacen más accesibles las ideas y conceptos (metáforas, símiles...). No en vano la Retórica se impartió en la escuela clásica y medieval como una asignatura esencial.

La Tipografía también comparte estas funciones con la Retórica:

- Función comunicativa: los signos tipográficos son traducidos del lenguaje escrito al lenguaje hablado y adquieren un significado a través de la lectura. La Tipografía busca la mejor disposición formal de los textos para que éstos comuniquen y sean leídos con claridad. Mediante su legibilidad se asegura su comunicación.
- Función constructiva: la Tipografía se encarga del diseño de las letras. Con los tipos formamos palabras, con las palabras oraciones y con las oraciones textos de muy diferente extensión que se pueden transformar en libros, revistas, periódicos y otros materiales de comunicación escrita.
- Función estética: la forma de las letras tienen como objetivo la legibilidad de los textos, pero esas formas también tienen implícito un componente estético que las hace ser bellas: la sinuosidad de los remates, las sutilezas de las modulaciones...
- Función didáctica: la Tipografía contribuye a la compresión de los textos mediante la legibilidad y su ordenación dentro del espacio de la página en blanco. A través de los tiempos, la cultura se ha transmitido de generación en generación gracias a la plasmación del saber en los libros.

No nos olvidemos de la función persuasiva. También la Tipografía busca persuadir al lector para que lea un texto mediante la elección de un tipo de letra adecuado y una composición clara, atractiva y legible.

3. Tipo/Retórica: trabajando juntas

La Retórica ayuda a la Tipografía a explicarse y ser entendida, a facilitar su práctica cotidiana y a su construcción de forma ordenada y sistemática.

Interviene en la Tipografía en dos niveles:

- como texto: la Tipografía ha generado una gran cantidad de textos que la explican como disciplina. Alrededor de ella se ha creado una literatura específica y con ella, se ha desarrollado un lenguaje técnico o jerga que la explica, denominando los elementos que intervienen en ella con vocablos específicos. La Retórica está presente en estos textos en los que aparecen metáforas, comparaciones y otras figuras retóricas

que ayudan a aquellos que no son expertos en la materia a comprenderla mejor. En este nivel interviene la Retórica tradicional.

- como imagen: ya hemos dicho que la letra o el tipo es una entidad visual y como tal, se rige por la sintaxis del lenguaje visual. El punto, la línea, la masa, el plano, el tono y la textura son los elementos con los que se construye este lenguaje que sigue los principios del Diseño basados en las leyes de la composición visual: relación, transición, repetición, oposición, prioridad, posición, equilibrio, contraste y ritmo (Solomon, 1988, 11). Se produce una traslación del lenguaje verbal al lenguaje visual en el que interviene la Retórica Visual o Retórica de la Imagen.

Fruto de la unión de ambas disciplinas y de su intervención en la letra dentro del nivel textual y visual a la vez, se da la Poesía Visual, un claro exponente de que Retórica y Tipografía pueden trabajar juntos aumentando su poder de expresión.[1]

Esta cualidad poética de la Tipografía se puede potenciar mediante la Retórica. Emil Ruder (1983, 18) nos habla de un atributo poético (y a la vez retórico) que está presente en la Tipografía: el ritmo. Dice lo siguiente:

> *"En los caracteres existe una imagen rítmica donde trazos rectos, curvos, verticales, horizontales y oblicuos se unen y se combinan en una cadencia visual. El texto también contiene valores rítmicos: prolongaciones superiores e inferiores, formas redondas y agudas, simétricas y asimétricas. El espaciado divide las líneas en palabras de longitudes desiguales, en un juego de varios tiempos y valores de diferente densidad. Las líneas quebradas o en blanco añaden sus propios acentos a la composición y la graduación de los cuerpos constituye otro medio excelente de impartir el ritmo a un trabajo tipográfico."*

3.1. Retórica para comprender la Tipografía

La Retórica puede hacer que la Tipografía sea más accesible y comprensible para los profanos en la materia y a crear un lenguaje técnico específico para los expertos en ella.

[1] Los trabajos de Joan Brossa son un excelente ejemplo de la capacidad poética de la Tipografía. Pueden ver algunos ejemplos en http://www.joanbrossa.org/obra/brossa_obra_poesia_visual.htm

3.1.1. La transparencia de la Tipografía

Beatrice Warde creó, a mi juicio, la mejor metáfora jamás construida para explicar qué es la Tipografía y qué función tiene. Con una metáfora se designa un objeto mediante otro que tiene con el primero una relación de semejanza. La autora americana comparó la Tipografía con una fina y transparente copa de cristal. Alrededor de esta figura retórica, elaboró una conferencia magistral titulada "La copa de cristal" que impartió en 1932 a los miembros del gremio de tipógrafos ingleses en el Saint Bride Institute de Londres (McLean, 1995, 73-79).

Warde pone en escena dos copas para servir un vino: una de oro profusamente adornada y otra de vidrio delgado y transparente. ¿Cuál elegiría un buen conocedor y degustador de vino? La segunda, porque le permitirá apreciar todas las cualidades del caldo y apreciarlo con los cinco sentidos. Con la primera se verá limitado el sentido de la vista y no podrá apreciar el vino en toda su extensión.

A juicio de la autora, trasladando esta comparación al mundo de la Tipografía, el diseñador y el tipógrafo deberían hacer la misma elección y optar por la transparencia y la legibilidad de la tipografía, huyendo de adornos superfluos y tipos de letra recargados que dificultan la lectura: "En ella (la copa de cristal) tienes el largo tallo que evita que la huella de tus dedos marquen la copa. ¿Por qué? Porque nada debe nublar tu vista del fogoso corazón del líquido. ¿No tienen la misma utilidad los márgenes de la página de un libro que evitan que tapes con tus dedos la caja del texto?" Warde continúa comparando las partes de la copa con las partes de un libro: "Cuando una copa tiene una base pequeña por muy correcto que sea su peso tú estás preocupado ante la posibilidad de que vuelque; así hay formas de colocar líneas de texto que, aunque en general trabajen bien, el lector estará preocupado inconscientemente por la posibilidad de "saltarse" una línea o leer tres palabras como si fueran una sola y su lectura no será placentera."

Pero ésta no es la única figura retórica que utiliza Beatrice Warde en su disertación. También la compara con una casa con múltiples ventanas: "El tipógrafo de libros tiene ante sí el trabajo de erigir una ventana entre el lector, que se encuentra dentro de la habitación, y el paisaje que son las palabras del autor. Y la puede hacer de un cristal tallado, de hermosa belleza pero de poca utilidad como ventana; esto es, puede utilizar un magnífico tipo gótico que queda muy bien para ser visto, pero no para ver a través del mismo. O puede utilizar lo que yo llamo tipografía transparente o invisible".

La conclusión de la autora es que las palabras son formas de transferencia del pensamiento y la Imprenta tiene como misión universal la transmisión de conocimientos, ideas e imágenes de unas

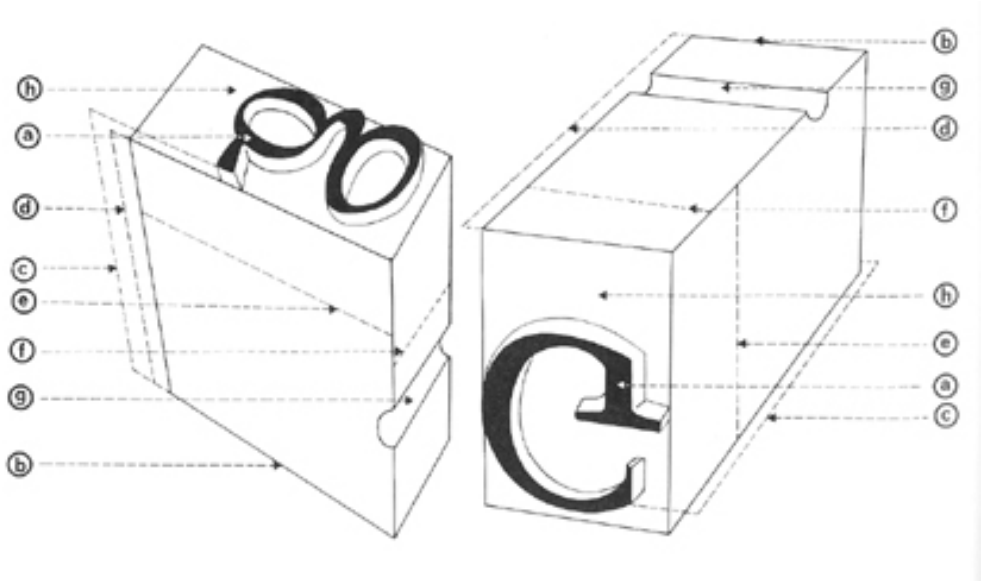
mentes a otras. Ante esta gran responsabilidad, propone el uso del tipo “invisible” que no distraiga la atención del lector en aspectos banales y le ayuda a centrarse en la lectura.

3.1.2. La anatomía del tipo y del carácter

Si en el anterior apartado veíamos que la figura retórica empleada para explicar la Tipografía era la metáfora, ahora vamos a ver cómo el tropo de personificación o prosopopeya nos ayuda a entender las partes en las que se compone la letra. Esta figura consiste en la atribución de cualidades humanas a animales, vegetales, seres inanimados o entidades abstractas. Este tropo, generalmente utilizado en la Literatura, puede ser trasladado perfectamente al plano visual.

En la época de la impresión en plomo, el tipo es un objeto tridimensional, un bloque metálico con forma de paralepípedo que se emplea para la composición de moldes tipográficos y que tiene grabado en una de sus caras un letra o un signo en relieve y al revés. El carácter es el reflejo del tipo impreso en un espejo de papel.

Esta materialidad del tipo hizo que las partes en las que está compuesto fueran denominadas con nombres relacionados con campos semánticos relativos al Hombre y la Naturaleza. Los propios tipógrafos utilizaron vocablos ya usados basándose en similitudes formales o funcionales y añadiéndoles un nuevo significado. Palabras como cuerpo, hombro, pie u ojo adquieren nuevas acepciones dentro de la Tipografía. (Martín, E., 1970, p.136).

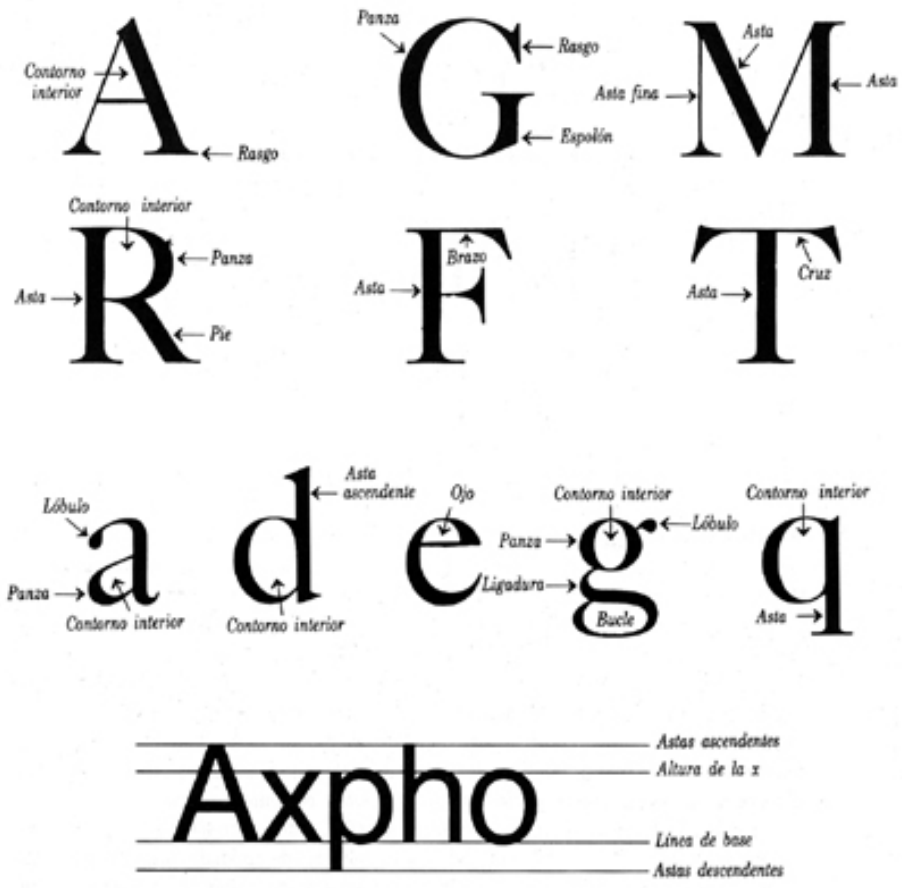


a) ojo b) pie c) altura d) árbol e) cuerpo f) espesor o grueso g) cran o estría h) hombro

Con la llegada de la fotocomposición y los ordenadores, los tipos móviles empiezan a desaparecer y con ellos su materialidad. La letra se convierte en un ente bidimensional y pasa de ser el reflejo del tipo móvil impreso en el papel a ser una realidad propia y no la representación de otra. Si bien la letra pierde su corporeidad, su abstracción en la pantalla la hace ganar en poder simbólico y constructivo porque su manipulación es más sencilla.

A pesar del gran cambio para la industria de las Artes Gráficas, la nomenclatura de la anatomía del carácter se beneficia de la del tipo móvil y la amplía dotándola de más cualidades humanas.

En la figura tomada del libro de Solomon (p. 89), vemos como la personificación como figura formal se aplica a los vocablos que designan las partes de un carácter. La letra se vivifica a través de su similitud formal con las partes del cuerpo humano. Así, las partes de la letra también tienen ojos, pies, brazos, lóbulos, panzas... En definitiva, tienen cuerpo y vida propia más allá de su función de lingüística de formar palabras. Mediante la Tipografía podemos crear composiciones visuales que duplican su poder significativo como texto y como imagen. Es el caso de los monogramas y caligramas.



Aunque la letra ha perdido su antigua materia construida a base de la aleación de plomo, antimonio y estaño, en las pantallas de los ordenadores ha ampliado su capacidad vital con su función hipertextual en Internet.

3.1.3. Lenguaje técnico en Tipografía

Una parte del lenguaje específico empleado por los tipógrafos lo hemos visto en la anatomía de la letra con el uso de la figura retórica de la prosopopeya. Pero existen muchos términos que bien están tomados de otros campos semánticos, bien han sido acuñados mediante la figura retórica de la metonomia. Con este tropo se sustituye un objeto por otro mediante una relación de causa, procedencia, sucesión, dependencia o posesión. Un ejemplo lingüístico sería la siguiente frase: "Bébete esta copa". En ella se sustituye el contenido (el líquido) por el continente (la copa).

Trasladado al plano tipográfico, una de las muestras más claras es el vocablo *cícero*. Este término se empleó por primera vez para designar el tamaño del tipo empleado en 1467 por Sweinheim y Pannartz para imprimir la primera edición de las *Epistolae ad familiares* de Marco Tulio Cicerón. Podemos apreciar la clara sustitución metonímica del tamaño del tipo de letra (doce puntos) por el autor de la obra. (Martín, E, 1970, p. 142).

Según Rómulo y García, antiguamente, era una práctica habitual nombrar los tamaños de los tipos con el nombre del autor o de la propia obra. Así el cuerpo de letra correspondiente a trece puntos era denominado *san agustín* porque uno de los libros del santo fue impreso con este cuerpo. También se le denominaba *atanasia* porque a este tamaño también fue impreso el libro "La Vida de San Atanasio".

También se usaban vocablos provenientes del campo semántico de lo religioso para designar los tamaños en los que eran impresos textos religiosos: *breviario, misal* y *canon*. Otros términos evocaban la pulcritud, delicadeza y cuidado por el detalle de los grabadores de los punzones comparándolo con el trabajo de un joyero: *diamante, perla, parisiena, nomparela* y *miñona*.

Como pueden ver en este cuadro completo con las antiguas denominaciones que Rómulo y García han rescatado del "Manual de la Tipografía española, o sea arte de la imprenta"(escrito en 1852 por Antonio Serra y Oliveres), sólo se conserva en la actualidad la nomenclatura del cícero. (Rómulo y García, 2003).

Denominación	Tamaño aproximado en puntos didot:
Diamante	3
Perla	4
Parisiena	5
Nomparell	6
Miñona o Glosilla	7
Gallarda	8
Breviario	9
Entredós o Filosofía	10
Lectura chica o cícero	11
Cícero o Lectura	12
San Agustín o Atanasia	13
Texto	14
Texto Gordo	16
Parangona	17,8
Gran Parangón	18-20
Palestina	22
Canon Chico	26
Trimegista	32
Gran Canon	42
Doble Canon Chico	52
Doble Canon	56
Triple Canon	72
Gran Nomparell	115
Gran Diamante	138

Otra relación metonímica aparecen en los términos de *caja alta* y *caja baja* para designar a las mayúsculas y minúsculas, respectivamente. Esta nomenclatura ha sido heredada de los antiguos cajistas de imprenta que tenían clasificados los tipos móviles en un cajón de madera dividido en diversos compartimentos. Las mayúsculas eran colocadas en la parte superior izquierda del cajón y las minúsculas en la parte inferior junto a los números, los signos de puntuación y espacios.

Recuerdo con especial cariño cómo un antiguo responsable de producción de una revista, en la que trabajé hace unos años, me explicaba la diferencia entre las líneas *viudas* y *huérfanas* después de propinarme una colleja. La viuda es la última línea de un párrafo que queda colgada al comienzo de una columna y la huérfana la primera línea de un párrafo que queda suelta al final de una columna. Pero él me lo explicaba de una forma más poética y retórica para que lo entendiera de una vez por todas: “la huérfana se queda sola y desamparada al principio de su vida (columna) y la viuda se siente abandonada por la muerte de su marido al final de su vida”.

En este caso se dan dos figuras retóricas a la vez: por un lado, la personificación de la línea, dándole cualidades humanas y, por otro, el símil o comparación entre la situación espacial de una línea dentro de una columna con la situación sentimental de una persona en la vida.

El tropo del símil también aparece en el término de *composición en bandera* que designa el párrafo compuesto por diversas líneas de diferente longitud. La forma de este párrafo se asemeja bastante a la de una bandera ondeando al viento.

3.2. Retórica para construir tipos de letras

Hasta ahora hemos visto cómo la Retórica actúa sobre la Tipografía en el plano textual para la creación de literatura técnica sobre esta disciplina. Es el turno de abordar la Tipografía y la influencia de la Retórica sobre ella en el plano visual y más concretamente en la creación y diseño de los tipos de letra y sus familias.

Para llegar a esta conclusión, partimos de las operaciones retóricas que el Grupo μ clasificaron, primero, para la creación de textos en su "Retórica general", y posteriormente, para la creación de signos plásticos en su "Tratado del signo visual". Se trata de cuatro sencillas operaciones que nos permitirán partir de un grado cero de lenguaje a un plano superior, lleno de nuevos significados en un lenguaje figurado, ya sea textual o visual:

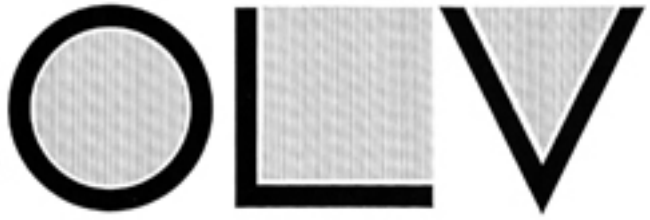
1. Adjunción: se añaden nuevos elementos que suman significantes y significados nuevos.
2. Supresión: se eliminan unidades, pero no restan significado porque éste permanece implícito en el contexto. El significante desaparece, pero su significado se sobreentiende.
3. Supresión-Adjunción: se quita un elemento para volver a ponerlo en otro sitio.
4. Permutación: se varía el orden de las unidades, pero sin modificar su propia naturaleza.

Las dos primeras operaciones son denominadas sustanciales, porque alteran las sustancia misma de las unidades en las que operan, y las dos últimas son operaciones relacionales que se limitan a modificar las relaciones de posición que existen entre estas unidades. (Grupo μ, 1987, p. 91-95).

Estas mismas operaciones se pueden aplicar en el diseño de tipos de letra, teniendo en cuenta su composición geométrica. Las letras encierran en su espacio las tres formas geométricas fundamentales: el círculo, el cuadrado y el triángulo. Según Antonio e Ivana Tubaro (1994, p. 46-47), que citan la obra de Nerdinger "Signo-Escritura + Ornamento", las tres letras determinantes de un alfabeto son la O, la L y la V. Estos tres caracteres delimitan con su contorno las tres formas geométricas básicas y determinan la forma de las otras letras subdividiéndolas en tres clases:

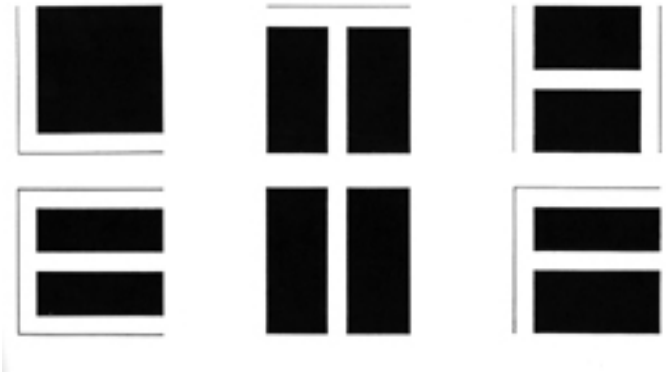
1. Signos que limitan el espacio con forma de ángulo de giro abierto o cerrado.

2. Signos que limitan el espacio con forma de ángulo agudo.
3. Signos que limitan el espacio con forma de ángulo recto.

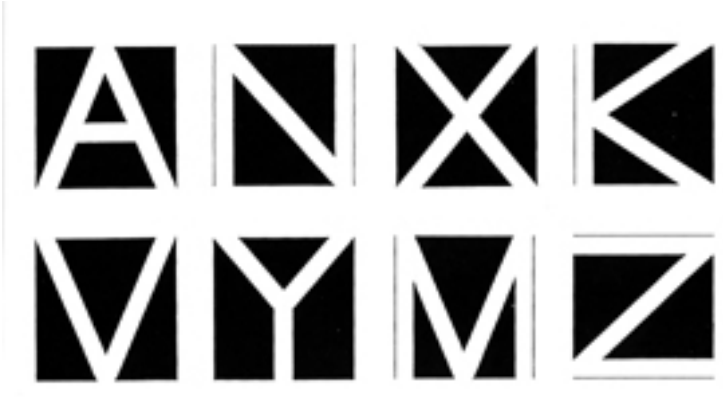


Formas geométricas: círculo, cuadrado y triángulo.

Letras que limitan el espacio con formas en ángulos de giro abierto o cerrado.



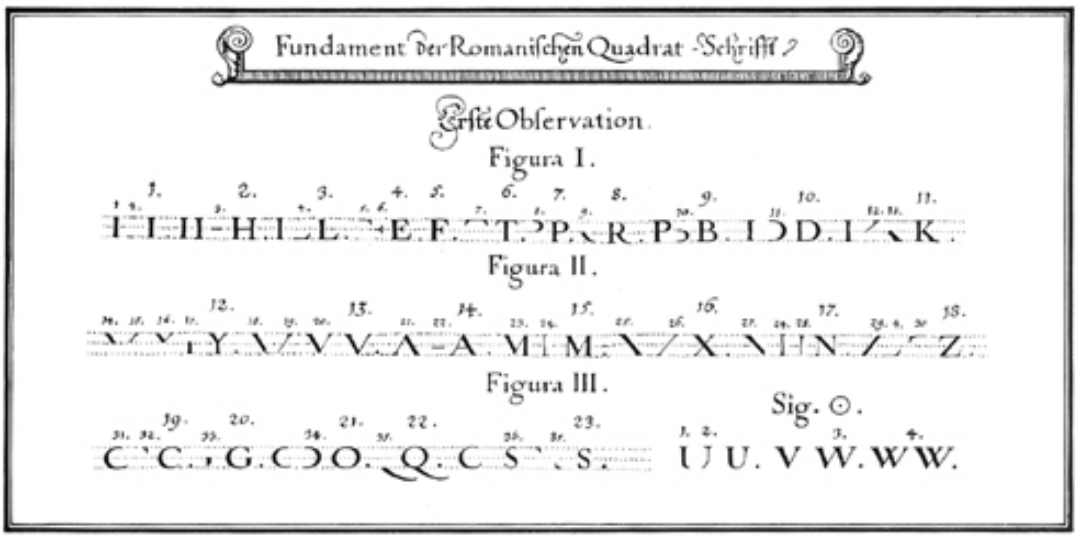
Letras que limitan el espacio con formas en ángulo recto.



Letras que limitan el espacio con formas en ángulo agudo.

3.2.1. Líneas fundamentales de la letra

Estas formas espaciales puede ser simplificadas en cuatro líneas fundamentales: vertical, horizontal, diagonal y curva. A partir de ellas se pueden dibujar todas las letras del alfabeto, como ya adelantó Cristoph Weigel, un diseñador de letras de Nuremberg, en su tratado "El arte de la escritura" de 1716. El autor alemán hizo un profundo estudio morfológico de las letras capitales romanas. Las descompuso en trazos fundamentales y, partiendo éstos, con la adjunción de otros trazos secundarios, elaboró un sistema de pasaje continuo para la reconstrucción de los signos alfabéticos que podemos ver en la siguiente figura (Tubaro,1994, p. 48):

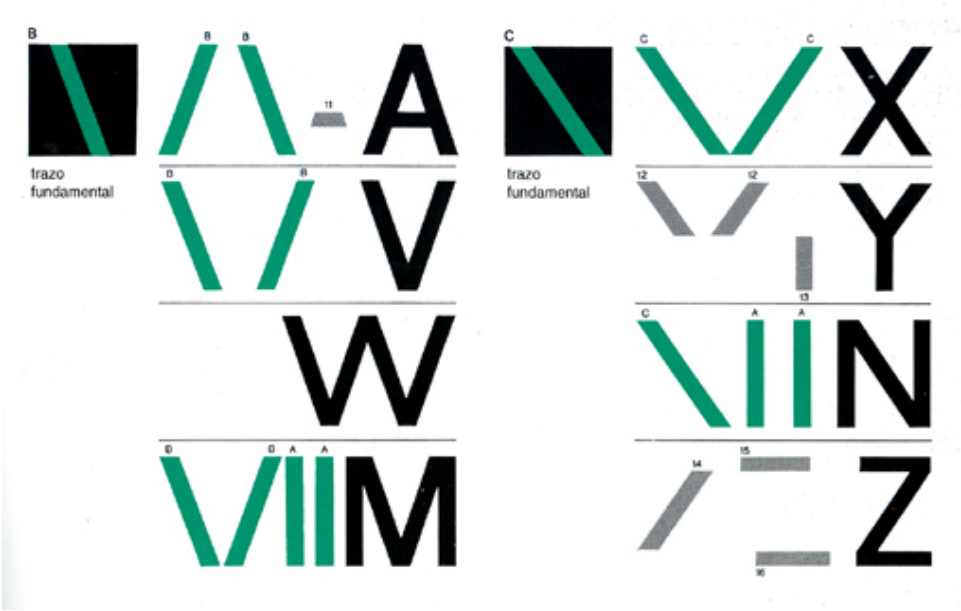


Este sistema de creación de las letras del alfabeto recoge claramente las operaciones retóricas comentadas anteriormente del Grupo μ. Mediante adjunción y/o supresión de líneas fundamentales

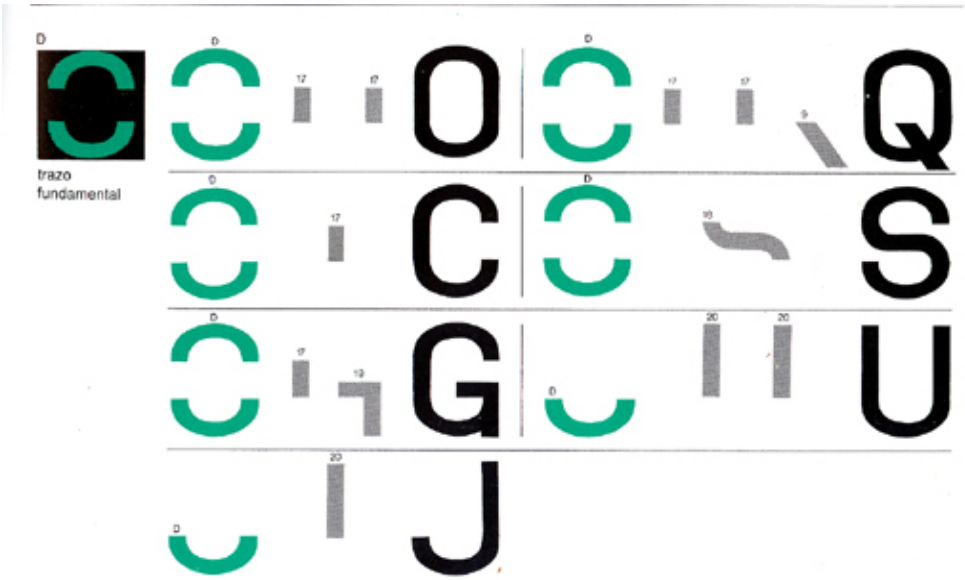
se pueden ir formando letras. Algunas de ellas servirán como modelo para la creación de otras. En la primera parte toma como línea fundamental la vertical, en la segunda, la oblicua y en la tercera, la curva. Utilizando estos trazos como base, se les irán añadiendo trazos secundarios y los remates: De esta forma, parte del trazo vertical para crear la “I”. Mediante la duplicación de esta letra y la adjunción de un trazo horizontal, une los dos trazos verticales creando la “H”... Y así sucesivamente, hasta completar el alfabeto.

Antonio e Ivana Tubaro han adaptado, con ligeras variaciones, el sistema de Weigel para aplicarlo al estudio de un moderno carácter lineal(Tubaro,1994, p. 48-49):

Construcción mediante trazo vertical



Construcción mediante trazo oblicuo



Construcción mediante trazo curvo

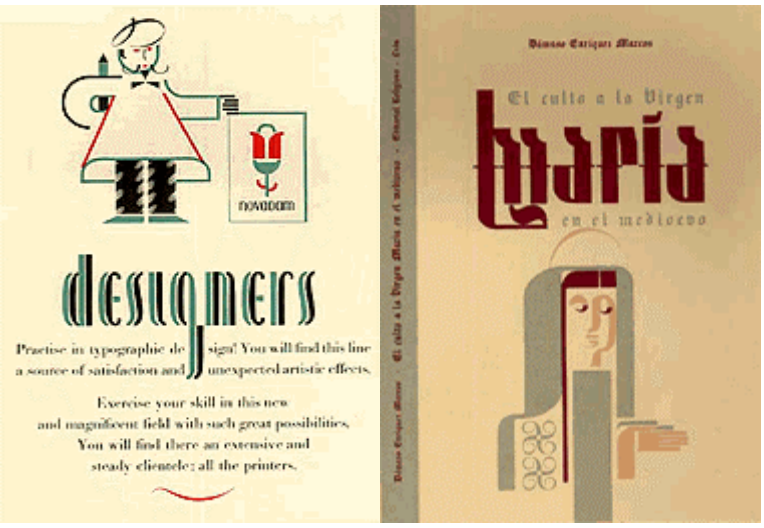
Esta modularidad inherente en la geometría de los tipos de letra fue lo que permitió a Joan Trochut Blanchart diseñar un tipo de imprenta llamado el *Super-Tipo Veloz* que revolucionó las Artes Gráficas españolas en la difícil y estéril época de la postguerra. Se trata de un tipo "integral" basado en módulos con los diferentes trazos fundamentales y juego de remates y florituras que permite crear tipos de letras personalizados, ya sean con o sin serifas. El tipógrafo o cajista, con simples operaciones que nos recuerdan las operaciones retóricas comentadas, adjuntaban, suprimían

o permutaban las diferentes matrices que constituían la familia del Super-Tipo Veloz para crear numerosos tipos de letra completamente diferentes (Balius, A., 2003).

Colección de signos del Super-Tipo Veloz y folleto promocioal de la Fundición Tipográfica Iranzo.

Con este tipo producido en 1942 por la Fundición Tipográfica Iranzo (y que Andreu Balius quiere resucitar para su uso en ordenadores), se cubría las necesidades de los pequeños talleres de imprenta que no podían costearse la compra de diferentes tipos. Consciente de la necesidad de obtener tipos originales y creativos a bajo coste, Trochut creó este sistema tipográfico para la construcción de tipos de letras y alfabetos que sirviera para la composición de textos en pequeños impresos comerciales (tarjetas, anuncios, etiquetas, papelería comercial...) y, a la vez, fuera utilizado como recurso para ilustrar.

Gracias a esta ambivalencia de texto e imagen, con el Super-Tipo Veloz se crearon hermosas piezas de diseño tipográfico con una gran carga retórica:



Piezas realizadas con el Super Tipo Veloz
(en www.andreubalius.com/typerepublic/arxius/supertipoA.html).

4. Conclusiones

- La Retórica ayuda a la Tipografía a explicarse y ser entendida mediante figuras retóricas que hacen más accesibles complicados conceptos a los profanos en la materia. Es frecuente el uso de comparaciones o metáforas para hacer comprensibles ciertos conceptos tipográficos.
- La Retórica crea un lenguaje específico o jerga que usan los expertos en la materia. Estos términos, muchas veces, están tomados de otros campos semánticos ajenos a la Tipografía y adquieren nuevos significados al ser trasladados a un contexto tipográfico. Metáforas, prosopopeyas, metonimias, símiles, etc son figuras retóricas utilizadas en la jerga tipográfica proporcionando nuevas acepciones a vocablos técnicos.
- La Retórica puede ser una excelente herramienta para la construcción de tipos de letras. Éstas, por su composición geométrica, se pueden simplificar en cuatro líneas fundamentales: vertical, horizontal, diagonal y circular. Mediante las operaciones retóricas de adjunción, supresión, sustitución y permutación se pueden crear todas las letras del alfabeto.
- La Retórica también puede ser utilizada como un método creativo aplicado a los diseños tipográficos. Las fases creativas de la elaboración de un discurso clásico (*inventio*, *dispositio* y *elocutio*) se pueden trasladar y aplicar en el proceso creativo del Diseño Gráfico para crear piezas originales, persuasivas y estéticas.

- La Retórica aporta al diseñador y al tipógrafo los argumentos para que el producto diseñado sea a la vez lógico, coherente, persuasivo, atractivo y estético. De esta forma el peso de la creatividad de la pieza de diseño no reside únicamente en una estética original, sino también en un razonamiento lógico que puede servir al profesional para defender y explicar su trabajo ante el cliente que ha realizado el encargo.
- Bien empleada, la Retórica no busca la artificiosidad y el lenguaje vacuo sino la persuasión, el deleite y la conmoción. Se trata de un sentido de la belleza helénica en la que lo bello es bueno y útil a la vez. Como dijo en una ocasión Rubén Fontana, uno de los máximos exponentes de la tipografía latinoamericana: "Y aunque el Diseño no es arte, en ocasiones, debe permitirse la poesía".

Bibliografía

ARISTÓTELES, 1990: *Retórica*, Gredos, Madrid.

ANIKST, M., 1989, *Diseño Gráfico Soviético años 20*, Gustavo Gili, Barcelona.

BALIUS, A., 2003, *SuperTipo Veloz: Síntomas de la modernidad* en http://www.andreubalius.com/typerepublic/arxius/supertipoA.html consultado el 3-3-2005.

FRASCARA, J., 2000: *Diseño Gráfico y Comunicación*, Ediciones Infinito, Buenos Aires.

GAMONAL ARROYO, R., 2004, *David Carson contra Aristóteles: un análisis retórico del Diseño Gráfico* en Razón y Palabra nº 37, México, www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n37/rgamonal.html consultado el 3-3-2005.

GONZÁLEZ RUÍZ, G., 1994, *Estudio de diseño. Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*, Emecé, Buenos Aires.

GRUPO μ, 1993: *Tratado del signo visual*, Cátedra, Madrid.

GRUPO μ,, 1987: *Retórica General*, Paidós, Barcelona.

JURY, D., 2002: *Tipos de fuentes. Regreso a las normas tipográficas*, Index Book, Barcelona.

MALDONADO, D., 2001, *Diseño & Comunicación Visual*, Ñ Ediciones, Buenos Aires.

MARTÍNEZ DE SOUSA, J., 2001, *Diccionario de edición, tipografía y artes gráfica*, Trea, Madrid.

MARTÍNEZ-VAL, J., 2002, *Tipografía Práctica*, Ediciones del Laberinto, Madrid.

McLEAN, R., 1987, *Tipografía*, Hermann Blume, Madrid.

MORTARA GARAVELLI, B., 1991, *Manual de Retórica*, Cátedra, Madrid.

PERELMAN, CH. y OLBRECHTS-TYTECA, L., 1994. *Tratado de la Argumentación*, Gredos, Madrid.

RÓMULO, I. y GARCÍA, D., 2003, *La nomenclatura tradicional de los tipos*, en http://www.unostiposduros.com/paginas/histo13.html consultado el 3-3-2005.

RUDER, E., 1983, *Manual de Diseño Tipográfico*, Gustavo Gili, Barcelona.

SOLOMON, M., 1988, *El Arte de la Tipografía*, Tellus, Madrid.

SPENCER, H., 1995, *Pioneros de la Tipografía moderna*, Gustavo Gili, Barcelona.

TUBARO, A. y TUBARO, I., 1994, *Tipografía: estudios e investigaciones*, Universidad de Palermo, Argentina.

WARDE, B., 1932, "Printing should be invisible", en McLEAN, R., 1995, *Typographers on Type*, W.W. Norton & Company, Londres.

WILLBERG, H.P. y FORSMMAN, F., 2002, Primeros auxilios en Tipografía, Gustavo Gili, Barcelona.

ZIMMERMANN, Y., 1998: *Del Diseño*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

Nº 5– REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS – ISSN: 1697 - 8293

RETÓRICA FOTOGRÁFICA

Ingenio y provocación

Rafael Gómez Alonso

Profesor de Teoría de la Comunicación Audiovisual. Universidad Rey Juan Carlos.

Resumen

La fotografía es uno de los medios visuales que más ha evolucionado, desde sus orígenes a mediados del siglo XIX hasta la actualidad, en sus formas de representación visual. La articulación de su lenguaje como medio de comunicación se vale de distintos modos de expresión, y en este sentido, la retórica juega un papel importante a la hora de ofrecer varias posibilidades de aplicación, en donde el ingenio y la utilización de sus capacidades estéticas (diseño), técnicas (instrumentos tecnológicos), culturales (reflejo de las prácticas sociales) y argumentativas (cualidades narrativas) son las claves de su sentido creativo.

Palabras clave

Retórica – Fotografía – Retórica Visual – Retórica Fotográfica – Persuasión – Creatividad

Abstract

The photography is one of the visual media that more has evolved, since its origins in the middle of the 19th century to the present time, in its forms of visual representation. The articulation of its language as media avails oneself of itself different ways of expression, and in this sense the rhetoric plays an important role at the moment of to offer several possibilities of application, where the ingenuity and the utilization of its capacities esthetics (design), technical (technological instruments), cultural (reflection of the social practices) and argumentative (narrative qualities) are the keys of its creative sense.

Key words

Rhetoric – Photography – Visual Rhetoric – Photographic Rhetoric – Persuasion – Creativity

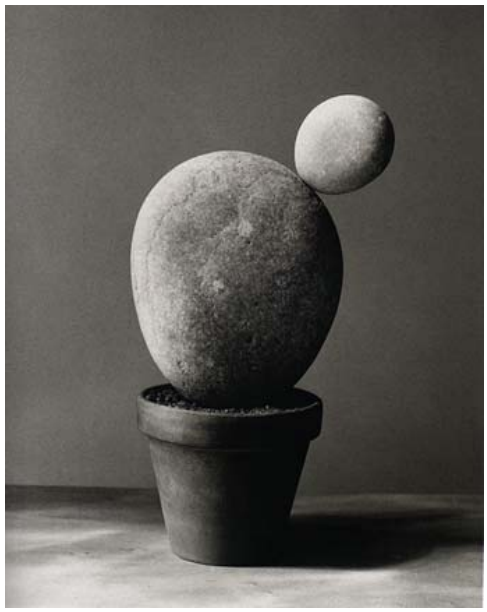
Las alegorías envejecen porque lo provocador forma parte de su esencia

Edgar Allan Poe (recogido en el *Libro de los Pasajes* de Walter Benjamin)

1. La lógica de los signos.

La retórica como instrumento de persuasión del lenguaje escrito y visual supone saber utilizar una serie de herramientas de gran eficacia para el medio fotográfico. La fotografía como cualidad explícita de expresión visual se vale de imágenes que se constituyen en signos visuales, configurados desde un entramado semiótico por significantes o signos plásticos y significados o signos icónicos. La separación de esta dicotomía puede parecer difícil de entender, pero no por ello pretende ser perjudicial para el el proceso creativo de la imagen fotográfica.

Si tomamos como ejemplo el caso del fotógrafo Chema Madoz podemos observar que sus trabajos obedecen a una retórica basada en el uso de las imágenes como signos en sentido plástico, es decir, como meros significantes en donde no interviene su significado finalista sino que la conjunción de dos o más objetos, vistos como significantes pueden proceder a crear un significado nuevo.



En la fotografía anterior, realizada por Madoz, podemos observar una maceta con dos piedras que simulan una planta (cactus). Por un lado tenemos un signo visual que engloba la imagen en su conjunto y que posee un referente de apariencia real, aunque propiamente no lo sea en su estatuto denotativo, y que posee un significado global (cualquier persona observa el efecto de una planta o el símil de una planta). Para realizar la fotografia, el autor ha tenido que atender a los objetos de la escena como significantes utilizando en uno de ellos su significado real, la maceta como instrumento creado por material de cerámica con capacidad para ubicar elementos en su interior (signo plástico) y, especialmente, atribuído para ubicar plantas cubiertas de tierra (signo visual), frente a los otros objetos, piedras, que van a ser utilizados como significantes en estado puro (materiales de cierta dureza y unas determinadas proporciones) que aparentemente no poseen un estatuto de significado referencial, exceptuando el de su propio material que los designa, pero que en su articulación (al ser juntadas) van a ofrecer parte de un significado (metáfora de un cactus) y una vez colocadas dentro de la maceta el significado más profundo se va a convertir en algo directo, en donde la alusión se convierte en ilusión óptica. Dichos materiales ahora sí configuran un signo icónico que junto a la maceta van a formar un signo visual.

Al establecer el proceso de articulación en la imagen estudiada intervienen distintos procesos de intercambio de sentido, puesto que los elementos han sufrido alteraciones (el modo de su colocación), permutaciones (plantas por piedras), adiciones (ha sido necesario colocar dos piedras para generar el efecto de un cactus) e incluso supresiones (no ha hecho falta explicar que las piedras son cactus

mediante ningún mensaje adjunto). De todos estos procesos enumerados se ocupa la retórica, como estrategia que sirve para articular los significados profundos del mensaje, pero también, como se ha podido comprobar, para establecer procesos de creatividad (la conjunción de dos objetos simples de la vida cotidiana pueden convertirse en obra de arte), aunque para ello es necesario saber estudiar la imagen y las articulaciones que traen consigo. Oficio y "juego" que a veces puede llegar a plantear dificultades de expresión o recepción ante el desciframiento de los códigos. Dichos códigos son los que rigen el lenguaje de la imagen, del mismo modo que del lenguaje hablado o escrito.

En algunos casos los procesos de recepción simbólica pueden provocar efectos de polisemia (múltiples significados), indeterminación de los mensajes, ambigüedades, asignificancias (no saber que significa un determinado icono) o ciertos tabúes para determinadas culturas. El significado de los iconos se establece a través de unos significados lingüísticos (signos de denominación) y unos significados perceptivos (signos de reconocimiento).

En líneas generales, la retórica aplicada a la fotografía, va a estudiar, en base a los procedimientos linguísticos las claves de denotación, designación y connotación de los mensajes a través de una serie de enclaves en donde intervienen un conjunto de figuras retóricas aplicables a cada caso de análisis y construcción visual (en tanto que instrumento de creatividad).

- La **denotación** permite expresar y reforzar lo que se presenta claramente sin ningún tipo de ambigüedad, es decir, posee la capacidad de referirse a algo de manera implícita o evidente.
- La **designación** ofrece la capacidad de transmitir algo, es decir, posee una capacidad heurísta o creativa para fortalecer los procesos de comunicación persuasiva.
- La **connotación** alude a un significado profundo, al contenido simbólico, que es necesario descifrar con un analisis pormenorizado de las partes que aglutinan el conjunto visual de la imagen o como el sistema global propiamente dicho (estructuras de conjunto o tropos) y sus cualidades de semejanza con otros fenómenos visuales similares.

2. La globalización del símbolo fotográfico

La fotografía como concepto de identidad simbólica se encuentra supeditada a las formas de recepción cultural y a los procesos de codificación y decodificación que conlleva su circuito de

estructuras de producción de sentidos y conocimientos adquiridos. El investigador en estudios culturales Stuart Hall (1997) explica el circuito de la cultura como la interacción producida entre la representación, la regulación, la identidad, el consumo y la producción. En este sentido cabe preguntarse si la representación de una imagen fotográfica posee el mismo significado en distintos lugares geográficos, si el consumo (recepción de la imagen) es similar o existen criterios distintos de decodificación y de apreciación estética o informativa, si los modos de distribución están al alcance de todas las personas, cómo influye el nivel cultural y etnográfico en las lecturas de las imágenes, e incluso si la capacidad simbólica y retórica de las imágenes obedece a los mismos procesos de producción de las imágenes.

Evidentemente, existe la conciencia de que algunas imágenes se han convertido en iconos globales y que la publicidad y los medios de comunicación visual televisivos y cinematográficos han fortalecido la legitimación de dichos símbolos visuales (como pudiera ser el caso de las marcas de bebidas Coca Cola o Pepsi Cola) o han ayudado a establecer los criterios de legitimación (por ejemplo, los españoles podemos entender a través de una imagen fotográfica el papel que tiene la lectura de cómics o la recepción de la música hip hop en Estados Unidos conociendo que esas prácticas se producen de manera distinta en España, aunque para que la imagen fotográfica haya surgido efecto es necesario que el receptor conozca dichas prácticas que le son facilitadas por otros medios de comunicación audiovisual[1].

Los estudios que permiten entender el significado globalizador de una fotografía dependen de una serie de variables en donde participan factores sociológicos, estéticos y lingüísticos.

a) Los factores sociológicos permiten entender la fotografía como un proceso de lectura en donde intervienen cuestiones culturales referidas a los conceptos de condición política (estudio de las prácticas visuales como entidad ideológica), estudios de género, identidad, etnicicidad, sexualidad, figurabilidad (el cuerpo como estudio del objeto fotográfico), así como el resto de estudios referidos a componentes antropológicos.
b) Los factores estéticos se constituyen a través de las variables que rigen los parámetros compositivos y técnico expresivos de una determinada imagen, y que permiten conocer sus

[1] Películas norteamericanas que han incidido en los movimientos subculturales del hip hop o, en el caso de los cómics, el papel que ocupa dentro de una determinada comunidad, como queda reflejado en la serie de animación *Los Simpson*, ayudan a legitimar dicha comprensión.

modos de representación visual, la experiencia estética del espectador (condiciones particulares sobre los criterios del gusto o análisis de audiencia de una determinada obra) y los estatutos de recepción visual que rigen los estilos y modas en determinados momentos históricos.

c) Los factores lingüísticos, que estudian las imágenes fotográficas como modelos de textos en donde intervienen los estudios de retórica[2], narrativa (discursos que permiten establecer historias), semiótica (articulación de los signos visuales como entidades particulares del proceso de comunicación) o estructuralismo (estudios de la fotografía como entidades globales de sistemas de signos)

Por otra parte, el filósofo Erich From (1992) establece una taxonomía basada en la atribución de símbolos, que obedecen a unos criterios escalares de decodificación lingüística:

- Símbolos convencionales, configurados a través de signos de validez social o significación sociocultural que utilizan una simbología estereotipada y socialmente compartida por una comunidad.
- Símbolos accidentales, generados por experiencias personales del sujeto y las aportaciones del subsconciente (significación personal).
- Símbolos universales, que son inherentes a la propia naturaleza humana y que tienden a obedecer a procesos de significación universal.

A través de los factores y tipologías vistos en los párrafos anteriores, tanto el objeto visual fotografiado como las prácticas que intervienen en el proceso fotográfico (modos de hacer / crear fotografías) y los usos o prácticas sociales, la retórica puede establecer distintos modos de analizar los registros fotográficos que se utilizan en los modos de representación visual ante diferentes culturas.

3. La repercusión de la manipulación fotográfica

El uso de la fotografía como técnica de expresión supone tratar a la retórica desde una concepción interna a las propias variables del contenido iconográfico (superposición de imágenes, posibilidad de utilizar mensajes escritos con la inclusión de determinados usos tipográficos que en sí

[2] En el sentido de aplicar las figuras retóricas propias del discurso lingüístico y del comentario de texto literario.

mismos encierran una propia retórica en el sentido del efecto que pueden llegar a generar, y cualquier tipo de artificio modulado por procedimiento de postproducción tecnológico, como pueden ser efectos de alteración y retoque, que también inciden en una cierta capacidad de aplicación retórica[3]); no obstante, también puede hablarse de una retórica externa a los aspectos compositivos aunque no por ello exenta de los procesos de producción (factores de exhibición). En ambos sentidos, interno y externo, en el concepto de la aplicación compositiva prevalece una lógica del proceso de trabajo fotográfico en donde pueden intervenir distintos tipos de manipulaciones:

a) **Manipulación en la predisposición fotográfica de la toma**, donde el fotógrafo puede utilizar un punto de vista que genere un tipo de retórica preconcebida. A veces, algunas fotografías, lejos de querer generar un tipo de manipulación ofrecen un sentido figurado al predispuesto de antemano concibiendo alteraciones no previstas (el caso de perspectivas forzadas), o el tratamiento aparentemente indiscriminado de segundos planos o planos alejados que ofrecen cambios de percepción en el sentido de la lectura de la imagen, así como la capacidad de transmitir estados de ánimo en sentido figurado en el caso de modelos a los que se va a fotografiar, o el uso de la iluminación a utilizar sobre el objeto que se va a fotografíar (capacidad simbólica de la iluminación), así como la preparación del escenario (retórica de la composición previa). También en este apartado habría que incluir todo tipo de fotografías que constituyen fragmentaciones (simulacros de fotomontaje) o desarticulaciones del contenido de mensajes que suelen aparecer inmersos en cualquier ámbito social y que el fotógrafo va a aplicar con una finalidad irónica o humorística en el sentido de chiste gráfico.

[3] Piénsese en las posibilidades que pueden ofrecer programas de software como el Photoshop, y cómo su variedad de procedimientos de retoque fotográfico constituye una amplia gama de atribuciones que podrían ser investigadas como aplicaciones retóricas, o la capacidad de poder explicar a través de la mutación de una imagen las posibilidades de la retórica visual, y en ese sentido, constituye un instrumento enriquecedor de actividad pedagógica.

Fotografía de una sección de escaparate de la Gran Vía madrileña [Foto del autor]

En la imagen anterior al focalizar un solo aspecto del edificio (retórica sustitutiva) cambia el sentido perceptivo de la arquitectura hacia su apreciación histórica frente a la percepción publicitaria que forma parte de un determinado local comercial. La visión desde un objetivo fotográfico permite concebir algo parcial para convertirlo en algo que puede ser atractivo fuera de su contexto.

b) **Manipulación como proceso de autenticidad**, en donde el fotógrafo utiliza el soporte fotográfico como un medio de expresión artístico para generar efectos de esteticidad generando diversidad de texturas y efectos que manifiestan una capacidad de autoría similar al concepto de entidad aurática que puede poseer una obra de arte. El negativo es algo único, mientras que la fotografía es la respuesta al proceso de revelado que se convierte en imagen multiplicable. Con la utilización de recursos digitales la autenticidad de una obra fotográfica no hay que buscarla en la propia imagen sino en su proceso de producción, exhibición y filosofía de los modos de hacer. Líneas de investigación que ocupan los estudios visuales en la contribución a las prácticas sociales y culturales de la imagen.

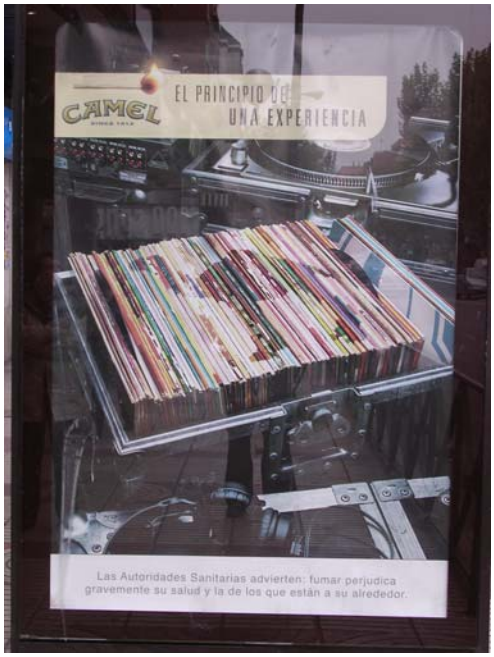
Retoque fotográfico [Foto del autor]

En este caso la imagen anterior ha sido retocada, mediante photoshop, para buscar un sentido estético diferente en donde se perciba una calidad que simule un efecto de antigüedad y desgaste en la imagen (retórica sustitutiva). Al mismo tiempo la fotografía aporta una apariencia de testimonio similar a la que ofrecían las imágenes del siglo XIX.

c) **Manipulación expositiva**, en donde la imagen fotográfica puede sufrir alteraciones por las condiciones a que se ve sometida, desde tratamientos de iluminación en sala, reflejos producidos por cristales, espacio de la fotografía frente al espacio o ámbito de la sala de exposición, criterios de narrativa organizada respecto a otras obras que estén en el mismo lugar o en sentido particular de un trabajo global; así como cualquier aspecto que permute y condicione la lógica de visionado tales como efectos sonoros en sala o fotografías destinadas a formar parte de otros soportes (ordenadores, monitores de visionado de imágenes fijas, diaporamas, dioramas, así como la capacidad organizativa de la sala[4]). También forma parte de este tipo de concepción fotográfica la contribución de proyectos concebidos

[4] Sirva de ejemplo la última exposición de Bill Viola, exhibida en el centro cultural La Caixa en Madrid, titulada "Las pasiones" en donde a través de la exhibición de imágenes videográficas se plantea un estatuto iconográfico similar al de las fotografías. Si bien es cierto que el soporte de este trabajo es videográfico, el carácter de estatuto fotográfico por la leve cadencia de movimientos, en algunos casos casi imperceptibles, obliga al espectador a enfrentarse no con el acto de las imágenes en sí y su alteración de los gestos humanos, sino con la ubicación del espacio respecto a las obras, es decir, frente al concepto propio de la ubicación.

como trabajos en donde la exhibición forma parte de un proceso desarrollado a través de otros medios como puede ser la red[5].



Fotografía publicitaria expuesta en una parada de autobús urbano [Foto del autor]

d) **Manipulación de los medios de comunicación**, que presupone una nueva forma de enfrentarse a la obra fotográfica y en donde pueden intervenir factores políticos, sociales, propagandistas, que conlleva a censurar partes de una imagen, o simplemente generar cambios de sentido por falta de información o disposición parcial de la información, como el caso de fotografías que aparecen en la prensa y no reflejan la totalidad de la imagen o son utilizadas para informaciones que en principio no habían sido concebidas, o tienen la intención de engañar o persuadir al receptor para atraer su atención como suelen reflejar los estereotipos que aparecen en fotografías publicitarias.

[5] Es el caso del trabajo exhibido por la fotógrafa Montserrat Soto en el Espacio Uno del Museo Reina Sofía dentro del festival PhotoEspaña 2005 sobre la transformación de la ciudad de Madrid. Además de la exposición en sala, existe una página web complementaria a dicho trabajo en donde quedan registrados los procesos de modificación que aparecen reflejados en la sala del museo. Dicha obra puede consultarse en www.trackingmadrid.com.

YOU HAVE 10 SECONDS TO DETECT THE FOLLOWING:

You are on the street talking to a group of young men about an incident. The most talkative member avoids eye contact while listening and replying. But when you touch on a particular subject, he looks you right in the eyes. Do you press on? Change the subject? Or back off? There isn't time to procrastinate. He could be about to give you some useful information. Or the hammering of your life. Photographs by Don McCullin

THE LIAR

IMPENDING VIOLENCE

A CONCEALED WEAPON

La imagen anterior expone una determinada articulación fotográfica dentro del contexto de un formato de diario impreso. La posición de las imágenes y el mensaje e intertítulos utilizados en su sentido global, ofrece una percepción distinta que cualquier icono aislado del contexto de argumentación informativa y del diseño de la página. En este caso nos encontramos ante una retórica alterativa ya que una imagen por sí sola no significa lo mismo que dentro de un discurso establecido de antemano por una determinada línea editorial (estilo, ideología, cantidad de información destinada a la imagen, diseño, etc.).

Ante estos tipos de posibilidades de manipulación cabe preguntarse por la repercusión o capacidad de desciframiento o lectura que interviene en el receptor. Las cualidades de análisis fotográficos realizados a lo largo de la historia de este medio están muy alejadas de la cultura visual que ofrecen otros medios como la pintura, es decir, no existe un tratado iconológico como criterio para establecer un discurso que sirva para argumentar unas aplicaciones retóricas similares al que puede ofrecer la pintura. En todo caso la fotografía acoge a la pintura, en tanto imagen fija, como procedimiento de estudio y aplica las figuras retóricas adoptando criterios de similitud o semejanza en los métodos de estudio[6], pero habría que preguntarse si la fotografía no tiene un discurso propio

[6] En cierto sentido, los estudios de la historia del arte están supeditados a la imagen fotográfica, ya que la pedagogía visual utilizada para el análisis de obras artísticas suele usar como medio de exposición la diapositiva. De tal modo, que existen dos formas de estudiar un cuadro: enfrentarse a él dentro de su lugar de origen (como pudieran ser las clases explicativas dentro de un museo) o estudiarlo como imagen fotográfica (impresa en libro) o en diapositiva; en estos últimos casos la historia del arte también ha sabido utilizar una retórica basada en el simulacro fotográfico de la percepción de las obras del patrimonio cultural.

que podría esbozarse desde sus propios estatutos epistemológicos, que incluyan la revisión de autores, técnicas, géneros, implicaciones sociales en determinados contextos históricos, etc.

La prueba más evidente se aprecia en los libros de fotografías, que incluyen colecciones de imágenes, en donde exceptuando el pequeño prólogo de rigor, apenas existe análisis de su contenido. Dicho análisis es necesario como proceso de implicación cultural (estudiar la fotografía como objeto artístico y bajo distintos puntos de vista interdisciplinares), pero también como base o herramienta para establecer comparaciones o generar claves de desciframiento simbólico en donde la retórica cobra especial envergadura para ampliar los tratados iconológicos que ofrece la historia del arte[7]. Las nuevas tendencias de los estudios visuales ofrecen dos posibilidades que en si mismo encierran un giro retórico:

- Estudiar la construcción social de lo visual
- Estudiar la construcción visual de lo social

4. Los procesos de aplicación retórica

La retórica necesita de otras disciplinas linguísticas para articular sus propósitos como procedimiento de creatividad textual, entendiendo el concepto textual como la conjunción de la imagen fotográfica, el diseño aplicado a esa fotografía y, en el caso de la fotografía publicitaria, la posibilidad de inclusión tipografía utilizada para expresar un mensaje escrito. Dichas disciplinas abarcan:

- La gramática (construcción de las imágenes a través de unas normas o códigos estipulados).
- La fonología (composición del sonido). Si bien es cierto que el sonido es un componente audiovisual y, por tanto, no parece que pueda formar parte del mensaje fotográfico, se debe tener en cuenta la capacidad multimedia que ofrece la fotografía de la actualidad, es decir, imágenes fotográficas que se observan en la red mientras se escucha de fondo un determinado sonido, la presentación de imágenes fotográficas con inclusión de sonido como

[7] En dicha lógica hay que hacer incapié en los estudios de antropología fotográfica, así como en la repercusión de los estudios visuales y estudios culturales en donde se analizan las fotografías para ejemplificar distintos modelos de articulación de las prácticas socioculturales basadas en los discursos de género, identidad, etnicidad, recepción o tranculturización de los símbolos gráficos.

parte de un proyecto, o la capacidad acústica que puede ofrecer una determinada exposión fotográfica en determinados recintos (hilo musical o banda sonora de acompañamiento con capacidad de generar efectos empáticos en la imagen)[8].

- La morfología (composición de las imágenes).
- La sintaxis (disposición y estructura del contenido de las imágenes).
- La semántica (significado y sentido de las imágenes).
- La semiótica (arbitrariedad lingüística de las imágenes.).
- La poética (cualidad rítmica de las imágenes). Las fotografías pueden llegar a transmitir cierto sentido rítmico tanto en sus formas de composición, como en la pura expresión visual, es decir, la transmisión del placer y sentido estético que puede llegar a ofrecer una imagen, de manera personal o autodiegética, o en el proceso de implicación simbólica ante una determinada causa (como pudiera ser una fotografía que representara el concepto metafórico de "esperanza").

Mediante la conjunción de las distintas disciplinas lingüísticas, la retórica puede proceder a elaborar mensajes categorizados a través de figuras que amplíen el sentido pretendido, que supriman parte del mensaje, sustituyendo su intención o produciendo intercambios simbólicos y juegos visuales entre contextos y significados, o que alteren la capacidad expresiva de la imagen; para ello es necesario establecer una serie de procedimientos en donde se pueden encuadrar infinidad de figuras retóricas literarias aplicables al mundo de la imagen.

4.1. Procesos de adición

Los procedimientos de adición suponen un incremento de información en la comunicación visual propiamente dicha, pudiendo ocasionar efectos hiperbólicos, redundantes, efectos de collage visual, condensaciones de imágenes (que pueden ocasionar la pérdida del discurso de la imagen en su conjunto como condición estética), acentuaciones ampliadas de núcleos temáticos frente a otros secundarios, o establecer gradaciones y escalas de valor entre el conjunto de los objetos de la escena,

[8] En la Bienal de Venecia del año 2005 la exhibición realizada por el artista Santiago Sierra está articulada a través de mensajes sonoros lanzados por megafonía, mientras que el espectador visita el recinto. Dichos mensajes formulados en tono de denuncia social producen un efecto enfático en el receptor mientras contempla el conjunto global de la obra expuesta.

así como todo tipo de reduplicaciones y semejanzas o rimas visuales en la confección del objeto visual.

Composición de un escaparate [Foto del autor]

Mediante la acumulación de fotografías se puede ofrecer un corpus que sirve como compendio para contextualizar una determinada situación. En la fotografía anterior se han utilizado una serie de imágenes de época para ofrecer un sentido histórico a la entidad que ofrece un producto. Dentro del proyecto que se ofrece mediante iconos se trata de convencer al visitante del establecimiento que los precios también son de época, es decir, rebajados a como estaban en ese momento, generando a su vez una nueva retórica metafórica de simulacro de precios.

4.2. Procesos de sustitución

Mediante los procesos de sustitución se tiende a conseguir efectos de permutación simbólica, a generar todo tipo de alusiones directas o indirectas, a crear metáforas, metonimias, alegorías, antonomasias, antítesis o paradojas, y todo tipo de figuras retóricas que se puedan aplicar con gran efecto tanto para el uso de comparaciones (muy utilizado en la fotografía propagandista) o para concebir entidades simbólicas (de gran efecto en el terreno publicitario) de contenido explícito o implícito.

Edificio en proceso de remodelación [Foto del autor]

Numerosas imágenes publicitarias que pueblan los entornos metropolitanos alteran la imagen del conjunto del contexto urbano y lo convierten en un escenario poblado por recursos que incitan a consumir un determinado producto. En este sentido se aplican procesos fáticos en donde predominan metáforas relacionadas con la ilusión de belleza que implican el uso de un determinado producto o la calidad de vida que puede ofrecer.

4.3. Procesos de supresión

La retórica de la supresión en fotografía origina un sentido totalmente contrario al procedimiento de adición. En este caso las figuras retóricas, tales como las elipsis, reducciones, resúmenes, interrupciones, suspensiones, sinécdoques o encabalgamientos, van a contribuir a despejar el contenido del mensaje global, convirtiendo las imágenes en discursos minimalistas que a veces pueden ocasionar falta de información adicional, en donde es necesario conocer parte del planteamiento o estrategia que ejecute la dirección creativa de una campaña fotográfica o proyecto en que esté embarcado un fotógrafo en cuestión.

La capacidad informativa de la fotografía dependerá de todo tipo de variables culturales que rodean al receptor y de los medios de comunicación, en el caso de la fotografía publicitaria, a la hora de esclarecer el fin a que ha contribuido crear una determinada imagen como soporte de todo un mensaje. Sirva el ejemplo de la marca automovilística BMW en donde las imágenes publicitarias no

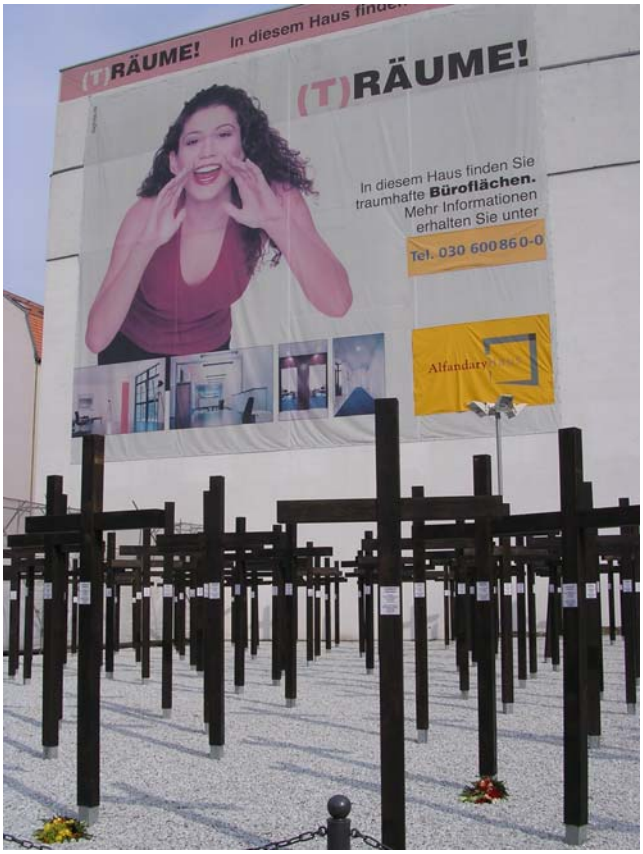
utilizan el icono del coche, sino el placer de viajar, o en el caso de la marca de pantalones Levi's el no utilizar de manera directa el icono de pantalón, sino el sentido de vivir cómodo o de disfrutar los placeres de la vida.

Fotografía urbana [Foto del autor]

La imagen de un determinado edificio utilizado en algún reportaje o película puede servir como entidad de una determinada ciudad. En este caso el edificio fotografiado fue utilizado en la película El día de la Bestia de Álex de la Iglesia en una de sus escenas más representativas. Cuando se muestra cualquier imagen de ese edificio se reconoce a la localidad de Madrid. Muchos ciudadanos que visitan la ciudad la reconocen como un símbolo con entidad cultural, fuera de su contexto como soporte publicitario. En este sentido convive una retórica de la supresión (símbolo de una ciudad concreta) con una retórica de la sustitución (el contexto publicitario se convierte en contexto cultural**).**

4.4. Procesos de alteración

Los procesos de alteración suelen utilizarse para mejorar efectos que a simple vista pueden pasar desapercibidos, como pueden ser el crear puntos de atención (peso visual), alterar el discurso de una pretendida narrativa o suceso a exponer, tanto en el sentido de la expresión como del contenido, y generar todo tipo de anacronías, ilusiones ópticas o caricaturizaciones que tienen como cometido ocasionar efectos de ridiculización o comicidad en la puesta en escena.



Fotografía realizada en el contexto urbano de Berlín [Foto del autor]

En la imagen anterior, en donde una fotografía publicitaria altera y profana el contexto destinado a rendir homenaje a los caídos en el Muro de Berlín, se genera una retórica en donde intervienen los factores éticos por la situación impropia de la utilización de un determinado anuncio. El icono del cartel produce un efecto fático que interpela al espectador, pero provoca una ruptura por el lugar en donde ha quedado establecido. La retórica de las imágenes pueden estar sometidas a procesos de alteración por el punto de vista utilizado, por el contexto, por el mensaje que se va a ofrecer en un determinado medio de comunicación (como pudiera ser la prensa), así como por la manipulación fotográfica que se quiera realizar para generar determinados efectos perceptivos en el espectador. En este sentido la imagen ha sido tomada sin ninguna alteración (dicho contexto existía en el momento de su realización) pero podría darse el caso de crear un efecto de fotomontaje para crear un contexto que verdaderamente no existe.

5. El retorno a lo denotativo

Como conclusión al presente artículo habría que pensar si ante la avalancha de procedimientos persuasivos, donde se acogen desde los mensajes visuales más ilógicos, abstractos, redundantes o minimalistas a los más fragmentados, atractivos o incluso atentativos, sería necesario una regresión al estado puro, "al grado cero de la escritura" como diría el semiólogo Roland Barthes, para pervertir las cualidades persuasivas fotográficas y generar nuevas formas de impacto, es decir, utilizar un tipo de retórica en donde quizá se usen recursos poco efectivos pero contrapuestos a los de mayor envergadura en su elaboración. Así por ejemplo, si en los anuncios televisivos, donde se perciben cantidades asombrosas de imágenes y sonidos en continua mutación, dejan de ser efectivos en su discurso comunicativo, el silencio comenzará a cobrar importancia para captar la atención. Si las fotografías se ven sometidas a distintos tipos de manipulación puede que tenga mayor capacidad expresiva una fotografía en estado puro, ante una sociedad poblada de imágenes, en donde se conciba una reducción de sintaxis visual: tales como una facilidad de lectura (que no por ello de desciframiento visual, si se quiere optar por recurrir a contenidos simbólicos), diseño equilibrado o desequilibrado para dejar opción a espacios vacíos, a condición de generar puntos de atención atractivos, o mensajes concisos con la capacidad creativa de buscar ideas complementarias, opuestas, surrealistas o irreverentes.

La finalidad de este artículo no ha sido otra, como se ha podido ver, que la de ser una mera introducción al fenómeno de la retórica en su aplicación al medio fotográfico. El estudio pormenorizado de figuras retóricas en cada ámbito de procedimiento, los aspectos antropológicos, transculturales, persuasivos, como instrumento de análisis, y las capacidades de análisis que pueden ser utizadas en toda la evolución de la historia fotográfica permitirían poseer un mayor conocimiento del patrimonio histórico cultural y del estatuto estético de las condiciones que recoge la fotografía en sus cualidades de género, estilos y moda, que pueblan las sociedades contemporáneas y constituyen el escaparate visual de la posmodernidad. Estos y otros aspectos pueden ser abordados partiendo de las premisas expuestas, lo que da origen a un inabarcable mundo de estudio que apenas ha empezado a desarrollarse respecto a otros medios con mayor repercusión de análisis como pudiera ser el cine o la pintura.

Bibliografía

ADES, Dawn, 2002: *Fotomontaje*, Paidós, Barcelona.

BARTHES, Roland, 1995: *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Paidós, Barcelona.

BAUDRILLARD, Jean, 1994: *De la seducción*, Cátedra, Madrid.

BREA, José Luis (ed.), 2004: *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*, Akal, Madrid.

FROM, Erich, 1992: *Lo inconsciente social*, Paidós, Barcelona.

GÓMEZ ALONSO, Rafael, 2001: *Análisis de la imagen. Estética audiovisual*, Laberinto Comunicación, Madrid.

HALL, Stuart (ed.), 1997. *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*, SAGE Publications Ltd., London.

MARCHESE, A. y FORRADELLAS, J., 1994. *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*, Ariel, Madrid.

RODRÍGUEZ, Raúl y MORA, Kiko, 2002. *Frankenstein y el cirujano plástico*, Universidad de Alicante, Alicante.

PICAZO, G. y RIBALTA, J. (eds.), 2003: *Indiferencia y singularidad*, Gustavo Gili, Barcelona.

YATES, Steve (ed.), 2002: *Poéticas del espacio*, Gustavo Gili, Barcelona.

Nº 5 – REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS – ISSN: 1697 - 8293

RETÓRICA MUSICAL

El madrigal *Io pur respiro*

Iván Cartas Martín

Licenciado en Historia y Ciencias de la Música por la Universidad Complutense de Madrid

Resumen

La retórica, o el "arte de la palabra fingida", es una disciplina que no sólo se circunscribe a la propia palabra. Es en el manejo de ella donde surge, pero posteriormente, y dado su poder, se trasladó a otras artes y ámbitos. En este estudio nos centraremos en la llamada *retórica musical*, y ejemplificaremos esta dimensión en la forma musical que quizá haya representado el mejor soporte para este tipo de retórica: el madrigal. Así mismo, abordaremos las principales figuras musicales bajo las que se articula la retórica, y nos centraremos en el madrigal de Gesualdo *Io pur respiro*, donde se materializarán algunas de las figuras previamente abordadas.

Palabras clave

Retórica – Madrigal – Figuras musicales – Carlo Gesualdo – Retórica musical

Abstract

Rhetoric, or the "art of the faked word", is a discipline not only circumscribed to words themselves. It is in the handling of them where it first arose, but later on, and due to its power, it

moved on to other arts and fields. In this study we will concentrate on the so called "musical rhetoric", and we will exemplify this dimension in the musical form that has possibly represented the best support for his rhetoric type: the madrigal. Likewise, we will approach the main musical figures under which rhetoric is articulated, and we will concentrate on the madrigal by Gesualdo *Io pur respiro*, where some of the previously approached figures will be materialized.

Key words

Rhetoric – Madrigal – Musical figures – Carlo Gesualdo– Musical Rhetoric

1. Retórica y música

La retórica, como disciplina que tiene por objeto de estudio la producción y análisis de los discursos desde la perspectiva de la elocuencia y la persuasión, tiene sus orígenes hacia el S. V a. C. Desde entonces, en diversas etapas, ha jugado un papel determinante en el desarrollo cultural de occidente. Durante los siglos XVI, XVII y XVIII, la retórica imprimió un sello particular a la vida cultural, educativa, religiosa, social y, de manera especial, a la actividad artística de Europa. No sólo la literatura, la poesía o el teatro resintieron su influencia, también la pintura, la escultura, aún la arquitectura y, sobre todo, la música. Todas estas artes, seducidas por el deslumbrante atractivo de su eficacia persuasiva, adoptaron los principios y métodos de esta antigua disciplina.

Los compositores han sido pues generalmente influidos en diversa medida por las doctrinas retóricas que gobernaban la adecuación de los textos a la música, y también después del crecimiento de la música instrumental independiente, los principios retóricos continuaron a ser utilizados por algún tiempo no sólo en la música vocal sino también en la música instrumental. Lo que no queda todavía del todo explicado es de qué forma estas interrelaciones críticas controlaban tan a menudo el arte de la composición, por lo menos hasta bien entrado el siglo XVIII. El motivo principal es que los músicos y estudiosos modernos no están entrenados en las disciplinas retóricas, que ya en los principios del siglo XIX han prácticamente desaparecido de la mayoría de los sistemas filosóficos y educativos.

Todos los conceptos musicales relacionados con la retórica proceden de la extensa literatura sobre oratoria y retórica de los antiguos escritores griegos y romanos, especialmente Aristóteles, Cicerón y Quintiliano. El redescubrimiento en 1416 de la *Institutio oratoria* de este último proporcionó una de las fuentes primarias sobre la cual se basó la naciente unión entre retórica y música en el siglo XVI. Quintiliano, como anteriormente Aristóteles, había destacado las similitudes entre la música y la oratoria. El propósito de su obra y de todos los otros estudios de oratoria desde la antigüedad había sido el mismo:

- Instruir al orador sobre los medios para controlar y dirigir las respuestas emocionales de su audiencia.
- En el lenguaje de la retórica clásica y también de los tratados musicales posteriores, capacitar al orador (es decir, al compositor o al intérprete) para mover los "afectos" (las emociones) de sus oyentes.

Este último sería, quizá, el aspecto más importante del vínculo entre músicos y oradores.

Mientras que para la primitiva música sagrada del Cristianismo no hay estudios que analicen la influencia potencial de los conceptos retóricos, parece cierto que el propio canto gregoriano muestra frecuentes y variados reflejos de la expresión retórica. Esto no es extraño si consideramos a este canto como el medio para comunicarse con Dios; la música se presenta aquí despojada de cualquier otro artificio aparte de la palabra y la monodía. Está ampliamente probado que un influjo similar se extendió a la primera polifonía.

Pero el impacto directo del pensamiento de la retórica clásica se hace por primera vez inequívocamente patente con la llegada del Humanismo renacentista a finales del siglo XVI, cuando los libros sobre retórica, clásicos y contemporáneos, se convierten en la base de una parte importante del currículo educativo europeo, tanto en los países católicos como en los que se convertirían en protestantes después de la Reforma. Tanto las escuelas elementales de latín como las universidades pusieron el mismo énfasis en los estudios de oratoria y de retórica, y cada hombre cultivado era también un experto retórico. Este desarrollo universal tuvo un impacto profundo sobre las actitudes de los compositores hacia la música relacionada con un texto, sacra o secular, y llevó hacia nuevos estilos y nuevas formas, de las cuales el madrigal y la ópera son sólo los productos más evidentes. Precisamente el madrigal en el que nos centraremos más tarde, procede de esta época.

Estos importantes cambios de los que hablábamos, relacionados con las influencias humanísticas enfrentaron a los teóricos musicales con problemas extraños a toda la teoría musical tradicional. La música, que, desde la antigüedad había pertenecido junto a la aritmética, la geometría y la astronomía al *Quadrivium* – las disciplinas matemáticas – de las Siete Artes Liberales, se vio forzada a adoptar nuevos valores teoréticos, al tener que incluir estos nuevos estilos orientados hacia la retórica. A pesar de que la música seguiría manteniendo su estrecha alianza con las matemáticas hasta el siglo XVIII, los teóricos alemanes hicieron que la composición musical se viera también como la ciencia de la relación de las palabras con la música. Ya en 1537 Listenius, dentro de la antigua división entre *musica theoretica* y *musica practica* de Boecio, introdujo una nueva gran parcela de la teoría musical, que llamó *musica poética*. Otro alemán, Joachim Burmeister, fue el primero en proponer una sistemática retórico-musical para esa *música poética* en su *Hypomnematum musicae* (1599) y sus versiones posteriores, *Musica autoschediastiké* (1601) y *Música poética* (1606). Su teoría incluía la nueva significativa idea de las figuras musicales, que eran análogas a las figuras retóricas que se encontraban en los tratados desde la antigüedad. Johannes Lippius sugirió en su *Synopsis musices* (1612) que la doctrina retórica era no sólo la base para la efectiva adecuación de la música al texto, sino también la base de la *forma* o estructura de una composición. De hecho se convirtió en todo un procedimiento compositivo. Es particularmente revelador cómo muchos teóricos alemanes de este periodo ponían de relieve que la expresión retórica ya se encontraba en la música de muchos compositores del Renacimiento. Johannes Nucius, en su *Musices practicae* (1613), por ejemplo, manifiesta que Dunstable es el primero de los compositores pertenecientes a la nueva tradición de la música expresiva retórica, una tradición en la cual incluye a Binchois, Busnois, Clemens non Papa, Crecquillon, Isaac, Josquin, Ockegem y Verdelot. Sin embargo, era Orlando di Lasso el más citado por los teóricos como el maestro de la retórica musical.

Durante el periodo barroco la retórica y la oratoria proporcionaron una gran cantidad de conceptos racionales esenciales implícitos en la teoría y la práctica de la composición. A principios del siglo XVII, las analogías entre retórica y música impregnaban todos los niveles del pensamiento musical, tanto en los campos del estilo, forma, expresión y métodos de composición, como en el de la praxis interpretativa. En general, la música barroca aspiraba a una expresión musical de las palabras comparable con la retórica apasionada, la música *pathetica.* La unión de la música con los principios retóricos es una de las características más destacadas del racionalismo barroco musical y

dio progresivamente forma a los elementos de la teoría y de la estética musical del periodo. La orientación retórica predominante de la música barroca arrancó de la preocupación renacentista por el impacto de los estilos musicales en el significado y en la inteligibilidad de las palabras, como se aprecia por ejemplo en las discusiones de la Camerata Florentina; casi todos los elementos considerados como característicos de la música barroca, sea italiana, francesa, alemana o inglesa, están ligados, directamente o indirectamente, a los conceptos retóricos. Por ello, y porque la obra que nos proponemos analizar está dentro de estos límites, será necesario caracterizar dichos conceptos en el tercer punto de este estudio.

Es este periodo histórico del que venimos hablando, donde quizá la retórica alcance su punto álgido. En las inmediaciones del siglo XVIII, justo en uno de los más grandes momentos retóricos, donde la influencia de esta disciplina había alcanzado a la Iglesia, el Estado y las artes, esta vieja doctrina comienza a resentir los efectos de una inminente decadencia. Después de dos mil trescientos años, la retórica arriba a su crisis más intensa, a la más determinante, a una crisis de la que, aún ahora, no ha podido resurgir con plenitud.... aunque quizá ese resurgimiento tenga lugar bajo nuevos soportes, no sólo el lingüístico o el musical.

El Siglo de las Luces cuestiona severamente los valores retóricos. La retórica se conservaba en las escuelas, es cierto, pero también es innegable que la sociedad deseaba expulsarla definitivamente de sí. El arte, uno de los últimos reductos de influencia retórica, también albergó motivos para desterrarla definitivamente de su seno. Las tres grandes cualidades retóricas: *Docere*, *delectareet*, *movere*, se ven reducidas al final del siglo XVIII, a *delectare*; al goce de la obra por ella misma. Un valor -por demás ya conocido- que ejerce una nueva hegemonía en el arte: la belleza. Equilibrio, "naturalidad", "armonía", buen gusto... se convirtieron en pautas, en nuevos criterios con los que se evaluaría la obra de arte. Estos términos se cobijaron bajo una nueva disciplina: la *Estética.*

El siglo XX significó para la retórica la posibilidad de su revaloración, de la reconsideración de su descrédito. En el seno de la moderna lingüística, formalistas, estructuralistas y semiólogos han retomado el estudio de esta vieja doctrina. Trabajos como los de Roman Jakobson y el circulo de Praga, de Barthes, Génette, Todorov, Greimas, Van Dijk, Benveniste, Hjelmslev, Schmidt, Segre,

Varga …, no han podido, es cierto, devolver a la retórica su antigua vitalidad. Tampoco han logrado siquiera, eliminar el sentido peyorativo con el cual nuestra cultura la asocia en ocasiones, vinculada a la demagogia. Sin embargo, algunos de estos estudios pueden ser indicios de un posible resurgimiento, síntomas de una nueva era retórica que, probablemente, estamos por contemplar. La obra artística comienza a abandonar su cómodo carácter de "bello" y deviene un mensaje perturbador, inquietante, persuasivo (¿De que querrá convencernos la música?), mensaje que no sólo deleita; también instruye o conmueve; un mensaje retórico.

Pero como apuntábamos antes, es bajo otros lenguajes donde aflora la retórica. No podemos olvidar la imagen como un soporte perfectamente válido para el desarrollo de esta vieja disciplina; especialmente en un mundo en el que prima lo audiovisual; inmersos en una sociedad de consumo en la que estamos sometidos constantemente al reclamo publicitario. Es quizá en este ámbito, la publicidad, donde la elocuencia y la persuasión son imprescindibles. En un mundo en el que la saturación de mensajes e información es una constante, se hace necesario recurrir a formas de articular la imagen, el sonido, y la palabra de forma que penetren en la sociedad. En lo que a la articulación de la música se refiere, hay que considerar una serie de conceptos.

2. Conceptos retórico-musicales

Ya en 1563, en un manuscrito titulado *Preacepta musicae peticae,* Gallus Dessler se refería a una organización formal de la música que adoptaría las divisiones de un discurso en ***exordium*** (introducción, obertura), ***medium*** y ***finis***. Un plan similar aparece en el tratado de Burmeister de 1606. En ambos escritos la terminología retórica es llevada al punto de definir la estructura de una composición, un enfoque que permanecería válido hasta bien entrado el siglo XVIII. En 1739, en su *Vollkommene Capellmeister*, Mattheson expuso un esquema de composición musical completamente organizado y racional, modelado sobre las partes de la teoría retórica destinadas a encontrar y presentar argumentos para un discurso. Relacionadas con el discurso oral, son las siguientes:

- ***Inventio*** o invención de los argumentos o tesis en el caso de la oratoria o literatura; de las ideas o temas musicales en el caso de la música.
- ***Dispositio*** o de la distribución de los argumentos o ideas musicales en los lugares más adecuados del discurso (literario, oratorio o musical) distinguiendo la función que cada momento tiene para el ejercicio de la persuasión y la efectividad del discurso.
- ***Elocutio*** o elocución del discurso. En la oratoria y la literatura, la *elocutio* es la fase donde el discurso es verbalizado. Esta se distingue, en especial, por la *decoratio* o el conjunto de procedimientos que propician la "desviación" de las normas habituales de expresión, en favor de otras, estéticamente llamativas, gramaticalmente inusitadas y estilísticamente caracterizantes, conocidas con el nombre de *figuras retóricas*. En música ocurren procesos análogos con las figuras retórico musicales.
- ***Pronuntatio*** o de la ejecución del discurso ante el público. En ésta se hacen consideraciones sobre la gesticulación y manejo vocal óptimos para lograr la efectividad del discurso. En el caso de la música, este es el apartado retórico donde se hacen recomendaciones a los ejecutantes de como "decir" la música.

La estructura de Dessler (*exordium, médium y finis*) era sólo una versión simplificada de la más usual división en seis partes de la *dispositio*, que en los tratados retóricos clásicos, así como en Mattheson, consistía en:

Exordium*:* inicio del discurso.
Narratio*:* exposición de los hechos o datos.
Divisio o ***propositio***: explicación y defensa del punto de vista del orador.
Confirmatio: pruebas que confirman lo que se quiere defender.
Confutatio: refutación o confutación contra las pruebas contrarias.
Peroratio o ***conclusio***: conclusión.

A pesar de que ni Mattheson ni ningún otro teórico barroco hayan aplicado estos preceptos retóricos de forma rígida a cada composición musical, está claro que tales conceptos no sólo ayudaban a los compositores en cierta medida, sino que servían evidentemente como rutinas técnicas

del proceso compositivo. La estructura retórica no era confinada sólo a la teoría musical alemana. Mersenne, por ejemplo, en su *Harmonie universelle* (1636-7) afirmaba que los músicos son oradores que deben componer melodías como si fueran discursos, incluyendo todas aquellas secciones, divisiones y periodos que convienen a un discurso. Kircher, que escribía en Roma, dio el título *Musurgia rhetorica* a una sección de su muy influyente enciclopedia sobre la teoría y la práctica de la música, *Musurgia universalis* (1650), donde destaca también la analogía entre retórica y música en la subdivisión corriente del proceso creativo entre *inventio*, *dispositio* y *elocutio*.

La vitalidad de tales conceptos es evidente a través de todo el periodo barroco y también más tarde. Como un orador tiene que encontrar primero una idea (*inventio*) antes de poder desarrollar su discurso, así el compositor barroco tiene que inventar una idea musical que constituya una base adecuada para la construcción y el posterior desarrollo. Como cada idea musical tiene que expresar un elemento afectivo más o menos implícito en el texto al que está unida, los compositores a menudo requieren ayudas para estimular su imaginación musical. No todo texto poético poseía una idea afectiva adecuada para la invención musical. Sin embargo la retórica una y otra vez proporcionaba los medios para asistir el *ars inveniendi*, los recursos creativos del compositor. En su *Der General-Bass in der Composition* (1728), Heinichen ampliaba la analogía con la retórica al incluir los *loci topici*, los recursos estandardizados disponibles para ayudar al orador a descubrir "tópicos" (es decir, ideas) para un discurso formal. Los *loci topici* son categorías organizadas de tópicos de donde se pueden coger ideas aptas para la invención. Quintiliano los había descrito como "sedes argumentorum", algo así como sedes o fuentes de argumentos. Al nivel más elemental los había ejemplificados con sus bien conocidas tres preguntas básicas que se deberían formular en ocasión de una disputa legal: si una cosa *es* (*an sit*= si existe), qué es (*quid sit*) y de qué manera es (*quale sit*). Heinichen empleó los *loci circumstantiarum* como fuentes de ideas musicales para los textos del aria: por ejemplo, establecer una secuencia de antecedente y concomitante o consecuente – como podría ser la secuencia de un recitativo, seguido de la primera sección de un aria y la segunda sección del aria u otro recitativo. En *Der Vollkmommene Cappelmeister* Mattheson le criticó por limitarse sólo a los *loci circumstantiarum* y abogó por el pleno empleo de los numerosos otros *loci* comúnmente usados por los retóricos, como los *loci descriptionis*, *loci notationis* y *loci causae materialis*. No es sin importancia que tanto Heinichen como Mattheson fueran teóricos y prácticos a

la vez, con largas y destacadas carreras de compositores de música vocal para la ópera y para la iglesia.

3. Figuras musicales

La transformación más completa y sistemática de los conceptos retóricos en sus equivalentes musicales tiene su origen en la *decoratio* de la teoría retórica. En la oratoria cada orador confiaba en su dominio de las reglas y las técnicas de la *decoratio* para adornar sus ideas con la imaginería retórica y para infundir a su discurso un lenguaje apasionado: los recursos concretos eran extraídos según necesidad del amplio elenco de las figuras retóricas. Ya en la música del Renacimiento temprano, tanto sacra como profana, hay amplias pruebas de que los compositores empleaban variados expedientes retórico-musicales para ilustrar o enfatizar palabras e ideas en el texto. La práctica totalidad de la literatura musical relacionada con el madrigal se basa inequívocamente sobre este uso de la retórica musical. En tiempos recientes algunos autores, como Palisca, han relacionado la práctica de la retórica musical del tardo siglo XVI con la definición de una "manierismo" musical, sugiriendo que este particular planteamiento de composición podría bien ser la explicación del oscuro término de *musica reservata*. De todos los compositores del tardo Renacimiento, Lasso fue indudablemente el más grande orador musical, algo reconocido ampliamente por los contemporáneos, y, en uno de los primeros tratados sobre música y retórica, el de Burmeister, su motete *In me transierunt* es analizado según su estructura retórica y su empleo de las figuras musicales. Durante más de un siglo un buen número de escritores alemanes, siguiendo a Burmeister, tomaron prestada la terminología retórica para las figuras musicales, con sus nombres griegos y latinos; también inventaron nuevas figuras exclusivamente musicales, en analogía con la retórica pero aparentemente ajenas a ésta. Por lo tanto en esta, básicamente alemana, teoría de las figuras musicales hay numerosos conflictos en la terminología y en la descripción de las figuras entre los varios escritores, y no existe una claramente definida Doctrina de las Figuras Musicales para el barroco y la música posterior, a pesar de las frecuentes referencias a un tal sistema por parte de Schweitzer, Kretschmar, Schering, Bukofzer y otros. El más detallado catálogo de figuras musicales es una lista de aproximadamente 160 formas diferentes, recopilada con diferentes grados de exactitud a partir de los tratados de los siglos XVII y XVIII. Los más importantes son:

J. Burmeister	*Musica autoschediastiké*	Rostock, 1601
Expandido en	*Musica poetica*	Rostock, 1606
J. Lippius	*Synopsis musicae nova*	Strasbourg,1612
J. Nucius	*Musices practicae*	Neisse, 1613
J. Thuringus	*Opusculum bipartitum*	Berlín, 1624
J. A. Herbst	*Musica moderna prattica*	Frankfurt am Main 2/1653
J. A. Herbst	*Musica poetica*	Nuremberg,1643
A. Kircher	*Musurgia universalis*	Roma, 1650
C. Bernhard	*Tractatus compositionis augmentatus*	Manuscrito
J. G. Ahle	*Musikalische Frühling-, Sommer-, Herbst-, und Winter-Gesprache*	Mülhausen, 1695-1701
T. B. Janovka	*Clavis ad thesaurum magnae artis musicae*	Praga, 1701
J. G. Walther	*Praecepta der musicalischen Composition*	Manuscrito,1708
J. G. Walther	*Musicalisches Lexicon*	Leipzig, 1732
M. J. Vogt	*Conclave thesauri magnae artis musicae*	Praga, 1719
J. A. Scheibe	*Der critische Musikus*	Leipzig, 2/1745
M. Spiess	*Tractatus musicus compositorio-practicus*	Augsburg, 1745
J. N. Forkel	*Allgemeine Geschischte der Musik*	Leipzig,1788 1801

Estos tratados recogen las figuras retórico musicales más importantes, algunas de las cuales, las veremos después en el madrigal de Gesualdo. En cualquier caso, las más representativas las podemos agrupar en torno a las 7 categorías que establece *The New Grove dictionay of Music and musicians*. En ocasiones, distintos autores se refieren con una terminología diferente a la misma

figura, de ahí que agrupemos algunas de ellas bajo la misma caracterización. Las categorías que mencionábamos son las siguientes:

A- Figuras de repetición melódica.

B- Figuras basadas en la imitación vinculada a la *fuga*[1].

C- Figuras formadas por estructuras disonantes.

D- Figuras constituidas por intervalos.

E- Figuras de Hypotyposis.

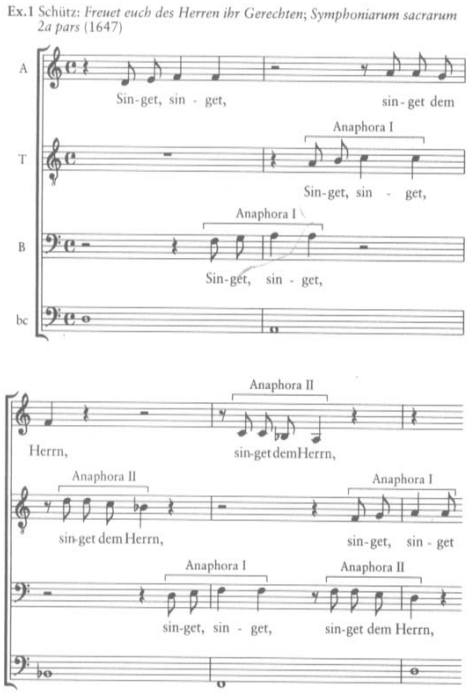
F- Figuras referentes al sonido.

G- Figuras formadas por silencios.

3.1. Figuras de Repetición Melódica.

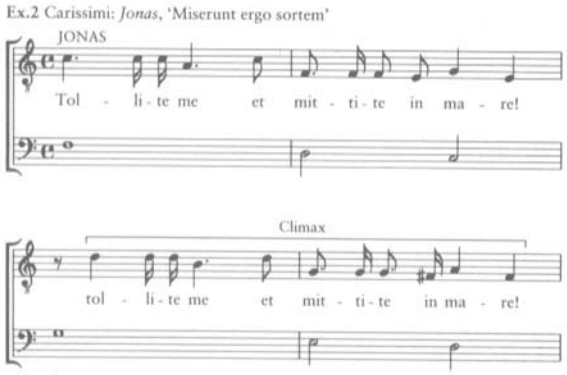
1. *Anadiplosis:* Repetición de una melodía con carácter concluyente al principio de una nueva parte o sección.
2. *Anaphora / Repetitio:* Repetición de diversas notas o motivos musicales en partes o voces diferentes. (V. Ej. 1)

[1] ***Fuga:*** procedimiento más desarrollado de contrapunto imitativo, en el que el tema (*sujeto)* se expone sucesivamente en todas las voces de la textura polifónica, se establece tonalmente, se expande y se opone continuamente y se reestablece.



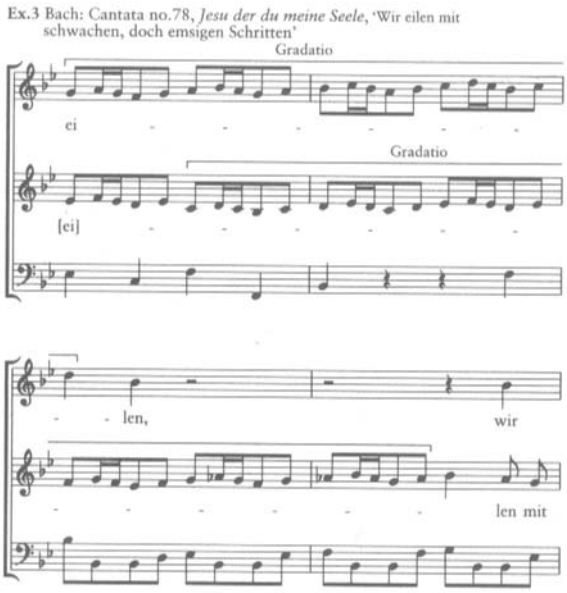
Ej. 1: Schütz: Freuet euch des Herren ihr Gerechten. Anaphoras

3. *Auxesis /climax:* Repetición de un motivo melódico en una misma sección o voz a una distancia de segunda mayor. Es un caso especial de *Synonymia.* (V. Ej 2)



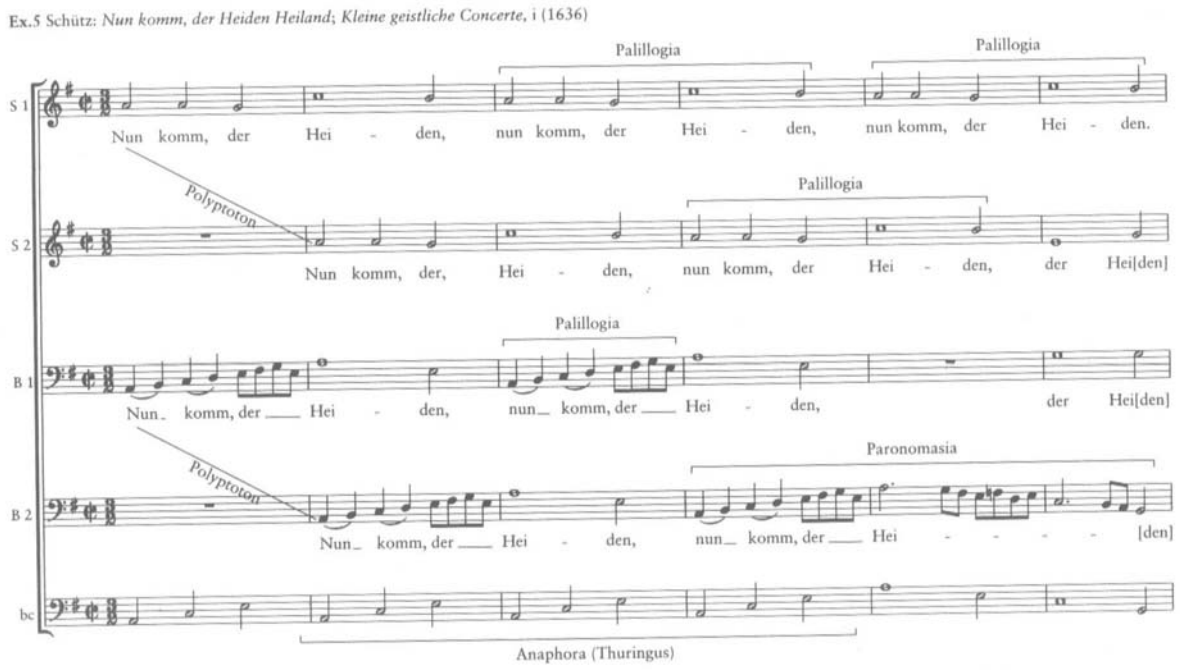
Ej. 2: Carissimi: Jonas. Climax

4. *Complexio / Symploce / Epanalepsis /Epanadiplosis/Gradatio:* Repetición al final de una melodía de una sección entera desde el principio. (Ver Ej. 3)



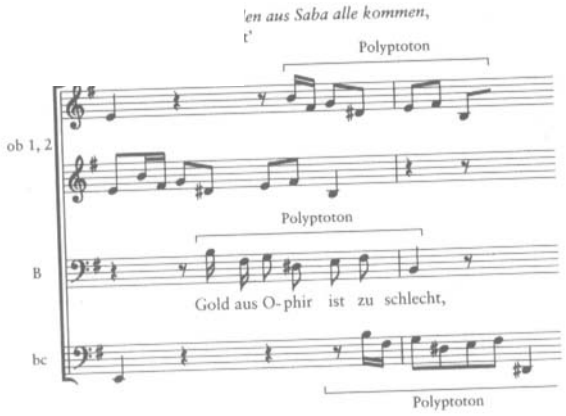
Ej. 3: Bach: Cantata nº 78. Gradatio

5. *Homoioptoton:* Repetición de una sección cerrada al final de otras secciones.
6. *Hyperbaton:* Eliminación de un sonido o idea musical del lugar esperado para subrayar el texto.
7. *Paranomasia:* Repetición de una fragmento melódico pero con nuevas adiciones o alteraciones para dotar de mayor énfasis al discurso musical.
8. *Palillogia:* Repetición literal de fragmento melódico en una misma voz. (V. Ej. 5)



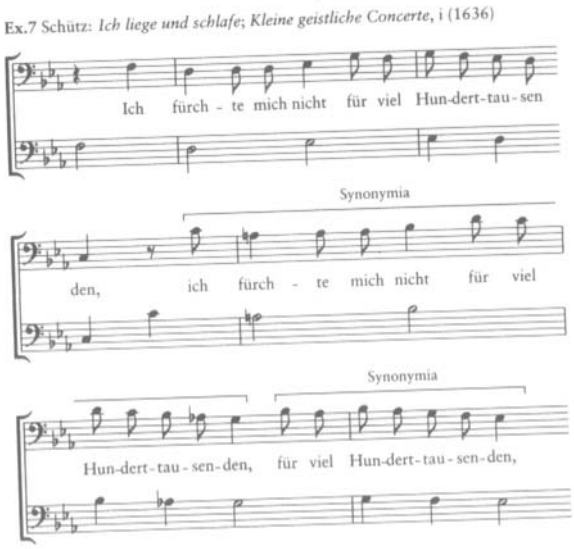
Ej. 5: Schütz: Nun komm, der Heiden Heiland

9. *Poliptoton:* Repetición de fragmento melódico en un registro o voz diferente. (V. Ej. 6)



Ej. 6: Bach: Cantata nº 65. Polyptoton.

10. *Synonimia:* Repetición de un fragmento melódico con diferentes notas en una misma voz; es decir, se da un trasporte o un intervalo fijo entre la primera y segunda aparición. **(**V. Ej. 7)



Ej. 7: Schütz: Ich liege und schlafe. Synonimias

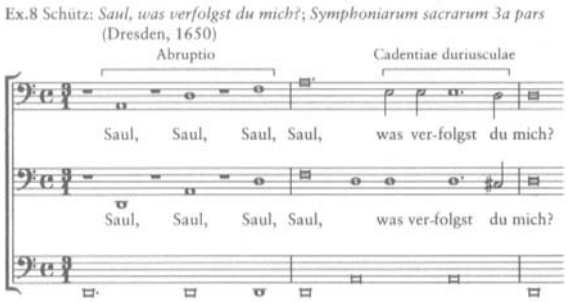
3.2. Figuras Basadas en la Imitación Vinculada a la Fuga.

11. *Anaphora:* Forma de fuga en el que el sujeto es repetido sólo en alguna de las partes. Generalmente, lo habitual es que el sujeto aparezca en todas las voces de la fuga. Está pues, muy vinculado con la *anáfora* de las figuras de repetición melódica.
12. *Apocope:* Imitación fugada en la que la repetición del sujeto es incompleta en una de las partes.
13. *Fuga imaginaria:* Canon. La repetición es literal en todas las voces y no hay variación.
14. *Fuga realis:* Imitación fugada regular, como tiene lugar en la forma musical que lleva este nombre.
15. *Hypallage:* Imitación fugada en sentido contrario.

16. *Metalepsis:* Fuga con dos sujetos. Estos suenan desde el principio firmemente acoplados o se presentan individualmente en dos exposiciones sucesivas, enlazándose luego entre sí.

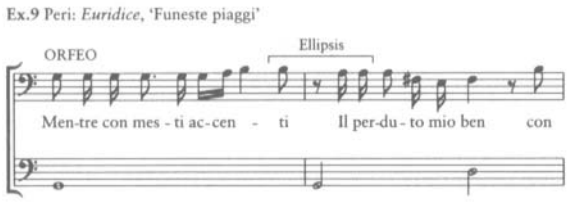
3.3. Figuras Formadas Por Estructuras Disonantes.

17. *Cadentiae duriusculae:* Disonancias extrañas (ajenas a la tonalidad de origen), ocurridas antes de las notas finales de la cadencia. Suelen aparecer de forma persistente, no como notas de paso. (V. Ej. 8)



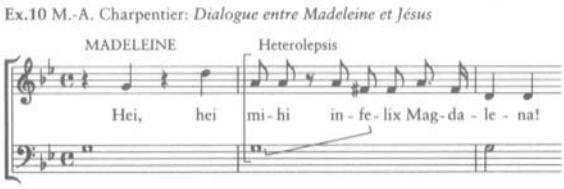
Ej. 8: Schütz: Saul, was verfolgst du mich? Abrupto / Cadentiae Duriusculae

18. *Ellipsis:* Omisión de una consonancia esencial para la formación de un pasaje de notas de paso. Esta omisión se detecta porque suele darse en la repetición libre de un diseño melódico donde ocurre esta supresión. Generalmente se reconduce la línea melódica hacia una nueva dirección no esperada. (V. Ej. 9)



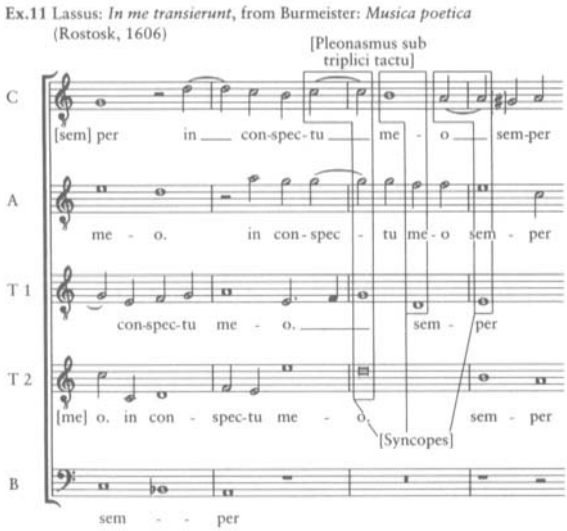
Ej. 9: Peri: Eurídice, "Funeste piaggi" Ellipsis

19. *Heterolepsis:* Salto hacia una disonancia desde una consonancia para luego retornar a ella. A menudo de da como nota o notas de paso. (V. Ej 10)



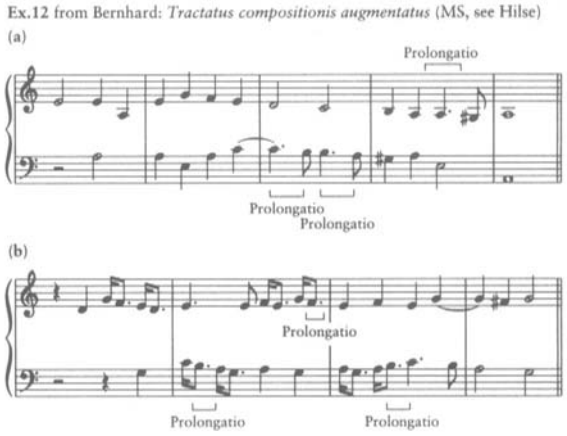
Ej. 10:Charpentier: Dialogue entr Madeleine et Jesús. Heterolepsis

20. *Pleonasmus:* Abundancia de armonías que, en formación de una cadencia, entre la preparación y la resolución, constituye un *symblema* o un *Syncope* (ver nº 22) durante dos o tres compases.



Ej. 11: Lassus: In me transierunt. Pleonasmus. Syncopes

21. *Prolongatio:* Extensión del efecto de una disonancia sin una suspensión o nota de paso. Dicha extensión se produce al repetirse la nota que produce la disonancia.



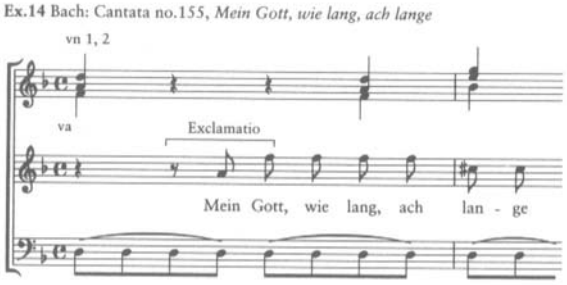
Ej. 12: Bernhard:Tractatus compositionis augmentatus. Prolongatio

22. *Syncope:* Una suspensión ordinaria.(V. Ej. 11)

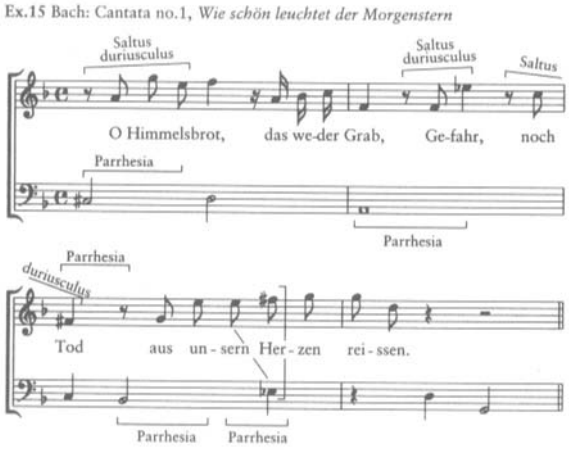
23. *Syncopatio catachrestica:* Ocurre cuando una suspensión se quebranta de acuerdo a las reglas establecidas (por ejemplo descendiendo una segunda), pero en su lugar: *a)* Resuelve bajando una segunda pero a otra disonancia; o *b)* Se prepara otra disonancia; o *c)* Resuelve por un nuevo movimiento melódico.

3.4. Figuras Constituidas por Intervalos.

24. *Exclamatio:* Salto melódico de 6ª menor. En la práctica general, sin embargo, cualquier intervalo ascendente o descendente mayor que una 3ª, tanto disonante como consonante, dependen del carácter de la exclamación o invocación que suele aparecer en el propio texto. Cuando el intervalo recae en una disonancia en ocasiones se le llama *saltus duriusculus.* (V. Ejs. 14 y 15)

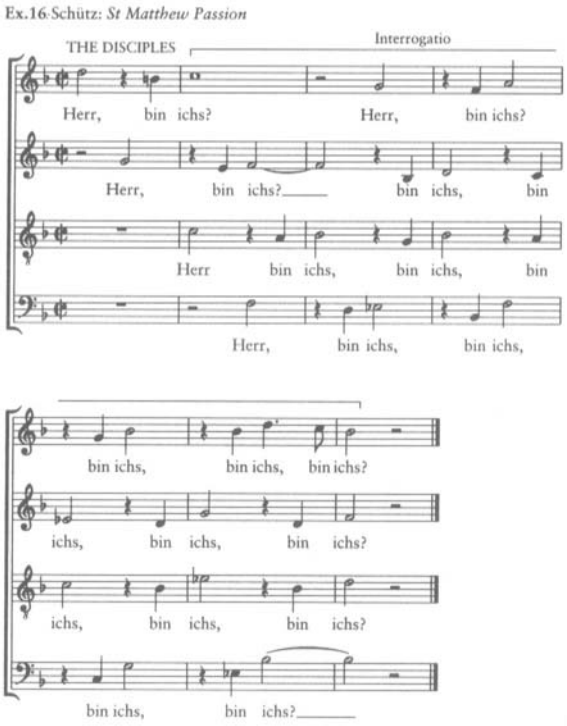


Ej. 14: Bach: Cantata nº 155.Exclamatio



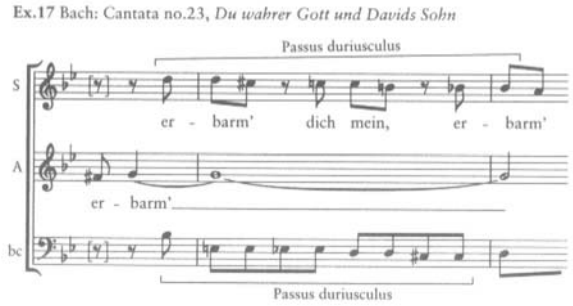
Ej. 15:Bach: Cantata nº 1 Saltus duriusculus/Parrhesia

25. *Interrogatio:* "Pregunta musical"; pasaje melódico que termina en una segunda menor o en otro intervalo mayor que los intervalos previos. Suele acompañar a un texto donde también se formula una pregunta.



Ej. 16: Schütz: Pasión según San Mateo

26. *Parrhesia:* Falsa relación, disonancia particularmente estridente (en especial, un tritono) entre voces diferentes. (V. Ej. 15)
27. *Passus duriusculus:* Ocurre cuando *a)* una parte asciende o desciende a través de un movimiento de segunda menor y, *b)* más generalmente, cuando un fragmento se mueve por intervalos demasiado grandes o demasiado pequeños en la escala (por ejemplo movimientos cromáticos).

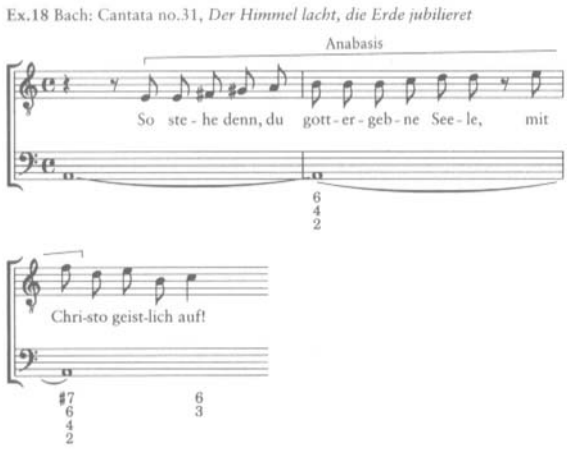


Ej. 17:Bach: Cantata nº 23. Passus duriusculus.

28. *Pathopoeia:* Movimiento a través de semitonos fuera de la armonía o escala de referencia para expresar sensaciones o sentimientos como la tristeza, el terror o el miedo.

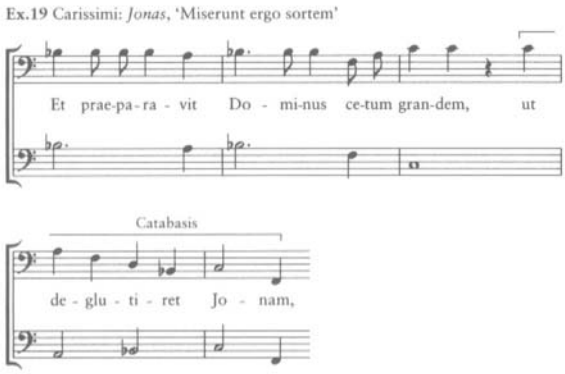
3.5. Hypotyposis.

29. *Hypotyposis:* Bajo este concepto se engloban una serie de figuras retóricas, a menudo sin nombres específicos, destinadas a ilustrar palabras o ideas poéticas. Frecuentemente subrayan la propia imagen de la palabra a la que se refieren. Bajo este término se engloban también los llamados ***madrigalismos***, con fines similares.
30. *Anabasis:* Tiene lugar cuando una voz o fragmento refleja textualmente la idea de ascenso a través de una ascenso melódico inusual. (V. Ej. 18)



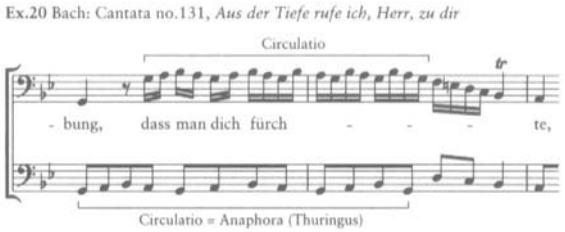
Ej. 18: Bach:Cantata nº 31.Anabasis

31. *Catabasis:* Lo contrario a la *anabasis*: en esta ocasión se refleja un descenso melódico en lugar de una ascensión.(V. Ej. 19)



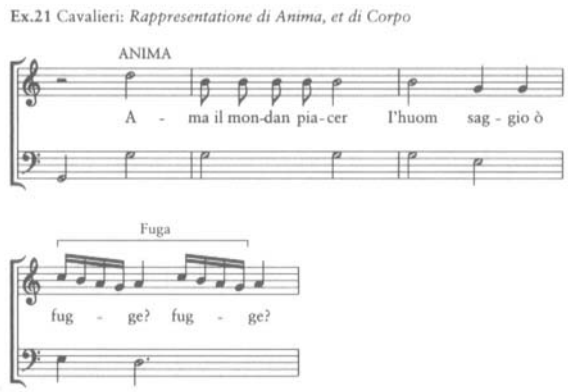
Ej. 19:Carissimi: Jonas. Catabasis

32. *Circulatio:* Descripción musical a través de un motivo que retorna su inicio constantemente. Algunos autores, como Thuringus, encuentran una relación en esta figura con la *anaphora*, por la consecuente reiteración de sonidos. (V. Ej. 20)



Ej. 20: Bach: Cantata nº 131.Circulatio

33. *Fuga:* No en el sentido imitativo habitual, sino como "vuelo" ilustrado por el movimiento melódico que ilustra ese vuelo o escapada… Figura que se asocia a texto que sugiera ese vuelo o escapada. (V. Ej. 21)



Ej. 21: Cavalieri: Rappresentatione di Anima, et di Corpo. Fuga

34. *Hyperbole:* Pasaje melódico que excede el ámbito habitual tanto por abajo como por arriba.
35. *Metabasis / Transgressus:* Cruce desde una voz a otra diferente.
36. *Variatio / Passaggio:* Pasaje de embellecimiento vocal para enfatizar el texto. Pude incluir formas de ornamentación melódica como *trémolos* o diversos adornos. Whalter (Praecepta) se refiere a esta figura como una amplificación musical del texto.

3.6. Figuras Referentes al Sonido.

37. *Antitheton:* Contraste musical para expresar situaciones contrarias u opuestas que puede tener lugar sucesiva o simultáneamente. Puede ser caracterizado a través de registros opuestos en una voz, temas opuestos en texturas contrapuntísticas, o contraste de texturas…
38. *Congeries:* Tiene lugar cuando un acorde en posición 5-3 pasa a otro de 6-3 que nuevamente pasa a la posición inicial (5-3). Burmeister define esta figura como una acumulación de consonancias perfectas e imperfectas. Es un movimiento permitido por las reglas del contrapunto.
39. *Fauxbourdon:* Movimiento paralelo de las voces a distancia de 3ª y 6ª.

40. *Mutatio toni:* Modulaciones sucesivas por razones expresivas demandadas por el texto.
41. *Noema:* Figura que se refiere al uso y contraste de diferentes texturas. Concretamente cuando una sección puramente homofónica contrasta con un contexto polifónico, para dotar de un mayor énfasis al texto. Se pueden distinguir cuatro tipos:
    a. *Analepsis:* Dos *noemas* adyacentes.
    b. *Mimesis:* Dos *noemas* sucesivos, el segundo en una tonalidad diferente.
    c. *Anadiplosis:* Doble *mimesis*.
    d. *Anaploce:* Repetición de un *noema* en una voz, mientras que una segunda reproduce el *noema* mientras la primera voz permanece en silencio.

3.7. Figuras Formadas por Silencios.

42. *Abruptio / Aposiopesis / Homoioteleuton / Tmesis:* Se produce un silencio o pausa interrumpiendo la textura. El silencio tiene aquí un sentido extramusical, reflejando el sentido del texto.
43. *Suspiratio:* Ruptura de una melodía mediante silencios con el fin de ilustrar el texto.

Todas estas figuras encuentran en el madrigal, el principal soporte de expresión. Por ello, y porque será el objeto final de este estudio, es imprescindible caracterizarlo debidamente.

4. El madrigal

El madrigal fue el género más importante de la música profana italiana del siglo XVI, aunque tenemos noticias de este género musical desde dos siglos antes, el s. XIV, si bien este tenía una caracterización completamente diferente. El que nos ocupa se sitúa

dentro de las características formales del madrigal del siglo XVI: una composición en la que se plasmaba minuciosamente la letra de un poema breve. En ella, los compositores empleaban variados expedientes retórico-musicales para ilustrar o enfatizar palabras e ideas en el texto. La práctica totalidad de la literatura musical relacionada con el madrigal se basa inequívocamente sobre este uso de la retórica musical.

La música recibía un tratamiento libre, utilizando distintas texturas en distintas secciones, unas contrapuntísticas otras homófonas, cada una basada en una sola frase del texto. La poesía, por su parte, era elevada y severa que solía pertenecer a un gran poeta como Petrarca, Bembo o Tasso en la mayoría de los casos de Gesualdo. La mayor parte de los textos son de tema sentimental o erótico, con escenas y alusiones tomadas en préstamo de la poesía pastoral Era muy importante la actitud del compositor de madrigales porque trataba que su música fuera equiparable a la seriedad, nobleza y arte de la poesía para poder así comunicar al oyente las ideas y sentimientos de esta última. A menudo se cantaban en reuniones sociales cortesanas. Es por esto que Gesualdo, libre de condicionantes de mecenazgo, quisiera plasmar su ira, arrepentimiento y demás sentimientos dolorosos eligiendo textos inmensamente dramáticos y sonoridades tan disonantes, como las que vemos en este madrigal.

Sin duda las características ciertamente peculiares de la vida de Gesualdo encontraron en la expresividad del madrigal y en el empleo de la retórica una válvula de escape o canalización. Por ello, merece la pena acercarse al compositor antes de centrarnos en su obra.

5. Carlo Gesualdo, “El Príncipe Loco de Venosa”

(Nápoles, h. 1560-id., 1613). Lo poco documentada que está la vida de este compositor y laudista italiano ha entrado en los terrenos de la leyenda. Ello es debido a los trastornos mentales que se le atribuyen, aunque es difícil poder identificar dichos

trastornos, sí es cierto que arruinó su existencia pero que dotó a su arte de una gran originalidad. Como muestra de estos trastornos citar que dispuso que apuñalaran frente a él a su esposa, de quien no se ocupaba en absoluto, y a su amante. Incluso él mismo cooperó en el asesinato con algunos pinchazos. También mandó matar a su pequeño hijo con crueldad y violencia inauditas, dándole de comer en forma tal que murió de sofocación, por dudar de su paternidad.

Por ello se le ha descrito como un lunático excéntrico, perverso, cruel y receloso. En sus últimos años estuvo profundamente deprimido y a punto de volverse loco, atormentado por los remordimientos de su triple crimen. Su personalidad aventurera y de reacciones encontradas también se advierte en sus composiciones, que son audaces y fantásticas, disonantes, expresivas e inusualmente modernas con disonancias muy adelantadas para su época. Violaba las reglas y distorsionaba la música para lograr mayor expresividad, y no se detenía ante la extrañeza de sus armonías ni ante ninguna violenta interrupción del ritmo para dar salida a sus tormentos interiores. Se interesaba en los más oscuros aspectos de la vida, lo trágico, lo espeluznante, lo grotesco. Expresó con una extraña progresión de acordes y breves sollozos lastimeros, en la melodía , su sufrimiento, su pena y sus pensamientos sobre la muerte. Su madrigal, *Moro Lasso al mio duolo* tiene muchas coincidencias con la famosa secuencia de acordes de *La Walquiria* de Wagner.

De su producción, no demasiado abundante, destacan los seis volúmenes de madrigales a cinco voces, muchos de los cuales están escritos sobre textos de Torquato Tasso, a quien conoció en Ferrara durante los años que pasó en esa ciudad después de su doble crimen. En ellos es posible seguir la evolución del compositor desde las primeras partituras, influidas por el ejemplo de su maestro Pomponio Nenna, hasta las de madurez, con la muerte y el dolor como temas más frecuentados. Su música, de carácter estático y contrastado, compuesta de frases muy breves, en ocasiones desprovista de temas melódicos propiamente dichos, anuncia y precede el universo barroco en su abigarrada expresividad y su hábil empleo de la disonancia. Junto a otro libro de madrigales a seis

voces, que nos ha llegado incompleto, y dos de motetes, conforman la parte más interesante y sorprendente de su catálogo, aquella que convierte a Gesualdo en uno de los mayores compositores de su época, comparable a sus dos contemporáneos, tan diferentes y complementarios, Luca Marenzio y Claudio Monteverdi.

5.1. Análisis del madrigal ”lo pur respiro”

Los rasgos generales citados anteriormente sobre la caracte4rización del madrigal de Gesualdo son válidos aquí también: el empleo de la disonancia le sirve para plasmar su ira, arrepentimiento y demás sentimientos dolorosos eligiendo textos inmensamente dramáticos y sonoridades disonantes. Hay que decir que a comienzos del s. XVII se denominó como *seconda prattica* al “nuevo” tratamiento de la disonancia y de la monodía. El principio rector de la *seconda prattica* era que las palabras debían gobernar la música, justificando así el tratamiento de la disonancia previamente inaceptable y otros aspectos técnicos similares. Este “gobierno” de las palabras sobre la música nos puede llevar a pensar que los recursos retóricos literarios se llevaran también a la música. Es de este concepto de donde surge el término *madrigalismo,* como el intento puntual de reflejar el texto con la música. Esto es algo que abunda en los madrigales y este no es una excepción. El texto de Simone Molinaro es, cuando menos, sugerente para el uso de madrigalismos, a la par que desgarrador si tenemos en cuenta las circunstancias de la vida del compositor. Este es el texto:

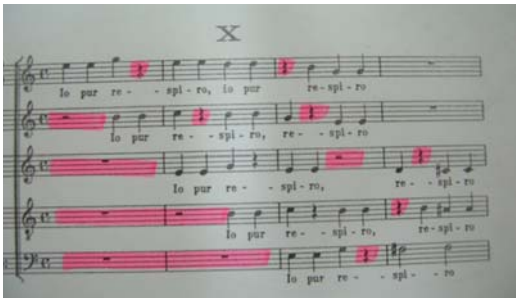
madrigal

Io pur respiro/ in così gran dolore *E tu pur vivi,/ o dispietato core?* *Ahí, che non viè pù spene* *Di riveder/ il nostro amato bene!* *Deh, orte,:// danne aita,* *Uccidi questa vita!* *Pietosa/ ne ferisci,/ e un colpo solo* *A la vita dia fin/ ed al gran duolo.*	*Incluso en la agonía, todavía suspiro* *¿Y todavía vives, oh despiadado corazón?* *Ah, desde que no hay esperanza* *de ver de nuevo nuestro amado,* *la muerte, nos da auxilio;* *¡toma esta vida!* *no me atormentes, pero con un solo golpe,* *terminan nuestra vida y desgracia.*

Analizaremos este madrigal desde el punto de vista retórico; tanto poético como musical. Respecto a la retórica poética o lingüística debo decir que no nos centraremos en el análisis del texto tal y como aparece más arriba, sino en cómo Gesualdo lo plasma en su obra a través de las cinco voces de las que consta este madrigal. Precisamente este hecho va a condicionar la aparición de ciertas figuras retórico-poéticas, dentro de las *figuras de adición*, especialmente *anáforas:* en la partitura a menudo encontramos entradas consecutivas de las voces a modo imitativo que produce una redundancia en ciertas palabras; una repetición de ciertas partes del texto, que resulta por otra parte especialmente significativa. Veamos qué sucede compás a compás.

Compás 1-4: *"Io pur respiro"* (todavía suspiro): la entrada consecutiva de las cinco voces produce esa anáfora lingüística de la que hablábamos. Musicalmente encontramos también una ***anaphora***, por la que se da igualmente una repetición melódica casi a modo de canon: el comienzo de la 1ª voz es imitado por la 3ª y la 5ª. El comienzo de la 3ª es imitado por la 5ª voz. Vemos pues, cómo esta figura retórica es paralela en el ámbito lingüístico y musical.

anaphora



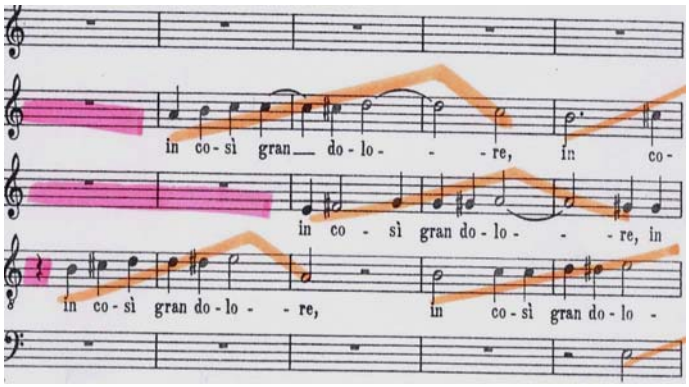
Compás 1-4: el color rosa indica los silencios.
En algunos de ellos se aprovecha para lograr la aliteración de la s

El resultado es una redundancia en ese verso *todavía suspiro* acrecentado aún más si cabe por la ***aliteración*** lingüística por la repetición de la "s", sin duda exagerada en la interpretación, pero que produce una sensación real de suspiro al escuchar este fragmento. Es en este punto, pues, donde encontraríamos el primer *madrigalismo* como tal, pues se representa en la música el contenido del texto por el empleo de silencios que dejan en suspensión ese "suspiro". Además, la aliteración

acrecenta esa sensación de suspiro. Precisamente esta representación es posible gracias a la aparición de una ***suspiratio,*** por la que se da una ruptura de la melodía mediante silencios con el fin de ilustrar el texto, en este caso el suspiro. Los silencios están señalados en color rosa en la partitura.

Compás 5-12: *"In cosi gran dolore"* (Incluso en la agonía): desde el compás 5 comienza una serie de entradas sucesivas desde las voces más graves. De nuevo aparece una *anáfora* en el texto *incluso en la agonía*, que es repetido por el resto de las voces, con un paralelismo musical similar al citado anteriormente. En esta ocasión se da una especie de progresión ascendente que alcanza su clímax en el compás 12, donde tres de las voces cantan a la vez la misma palabra: *dolore*, con la mayor intensidad y altura de todo este fragmento. El interés melódico y textual se ha llevado a este punto. Para llegar a él, Gesualdo recurre a la ***pathopoeia*** musical, por la que se da un ascenso cromático para expresar, en este caso, la agonía (*dolore).*

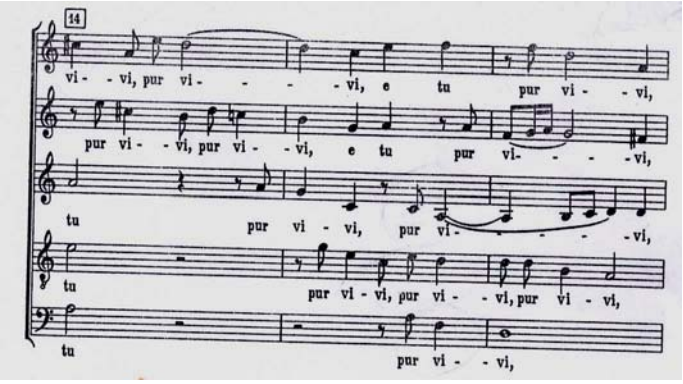
pathopoeia



Compás 5-9: El color naranja muestra la línea melódica y la pathopoeia en "dolore"

Compás 16: *"E tu pur vivi"* (Y todavía vives): de nuevo utiliza las entradas consecutivas de las voces produciéndose una anáfora por la repetición de este fragmento del texto. Hay que decir, que esta parte del texto recoge una pregunta a lo que durante todo el texto es su interlocutor: su corazón, lo cual representaría en cierto modo una personificación, por atribuir cualidades humanas a algo que carece de dichas cualidades. Del mismo modo, recurre a la ***interrogatio*** para reflejar en las voces del bajo y el tenor la pregunta de la que hablábamos con un intervalo de una amplitud considerable, mayor que los empleados en las voces superiores.

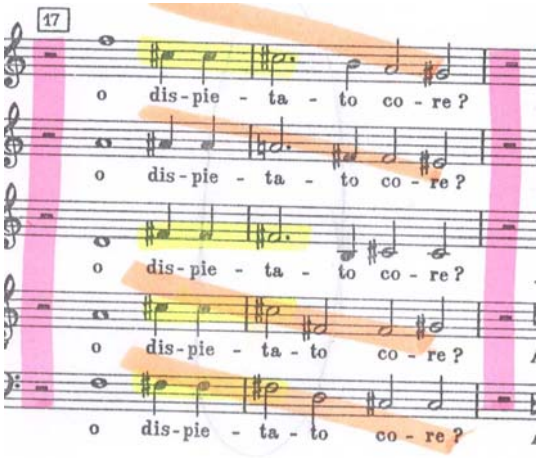
Interrogatio



Compás 14-16: Entradas consecutivas de las voces. Anáfora poética y musical.

Compás 17-18: *"O dispietato core"* (oh despiadado corazón): madrigalismo en el empleo de la tonalidad y la disonancia que hacen cambiar la "luminosidad" de la música procurando caracterizar al corazón despiadado. Esa caracterización se consigue mediante una nueva ***pathopoeia*** por la que se da un movimiento a través de semitonos para caracterizar al corazón despiadado *(dispietato core).*

pathopoeia

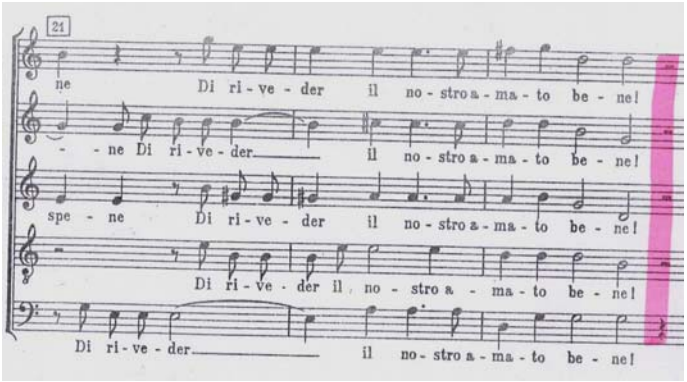


Compás 17-18: El color amarillo marca la incidencia en el mismo sonido y el tratamiento armónico. El naranja muestra la línea melódica descendente.

Compás 19-23: *"Ahí, che non viè pù spene di riveder ilnostro amato bene!"* (¡Ah, desde que no hay esperanza de ver de nuevo nuestro amado!): En este punto de da una precipitación de los acontecimientos por la que se incrementa el movimiento de la melodía (notas más breves y con diferentes ritmos) a la vez que el texto evoca un mayor estado de tensión. Esto representa un gran contraste respecto al fragmento anterior, de notas más largas y textura homofónica. Este contraste de

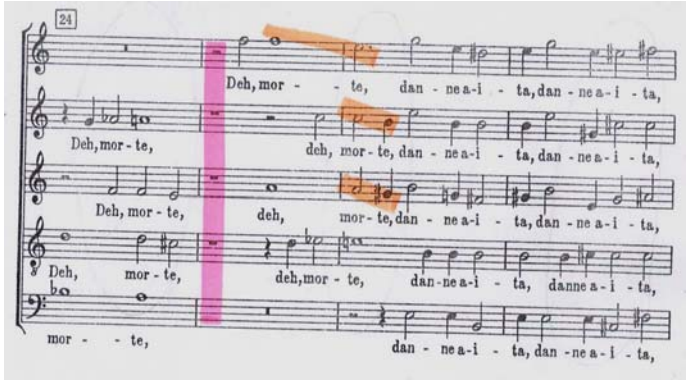
texturas refleja la presencia de un ***antitheton,*** por el contraste entre texturas del que venimos hablando.

antitheton



Compás 21-23: empleo de figuras rítmicas más breves.

Compás 24-27: *"Deh, morte danne aita"* (la muerte nos da auxilio): ***Anáfora*** lingüística y musical por la repetición de palabra *morte*. Cada una de las voces repite esta parte dos veces y además se da la imitación entre distintas voces. También tiene lugar un énfasis en la palabra por el empleo de figuras de mayor duración con lo que el ritmo se detiene en esta palabra y queda resaltada consecuentemente.

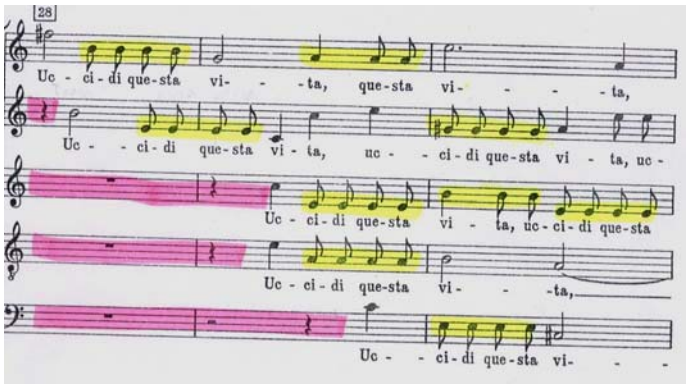


Compás 24-27: Anáfora por la repetición de "morte" y la imitación entre las voces.

Compás 28-33: *"Uccidi questa vita"* (toma esta vida): Nueva anáfora por la entrada sucesiva de las voces de modo imitativo: el verso citado aparece repetido más de cuatro veces. Del mismo modo se da una ***aliteración*** en el sonido c-ch perceptible en la audición, en la palabra *Uccidi.* A partir del compás 32 se produce una aceleración rítmica en forma de escala ascendente que culmina en la palabra *vita*, representando el clímax de esta parte del madrigal. Igualmente se produce un ***poliptoton***

por la repetición del motivo melódico que corresponde a *uccidi questa vita* en diferentes voces y registros.

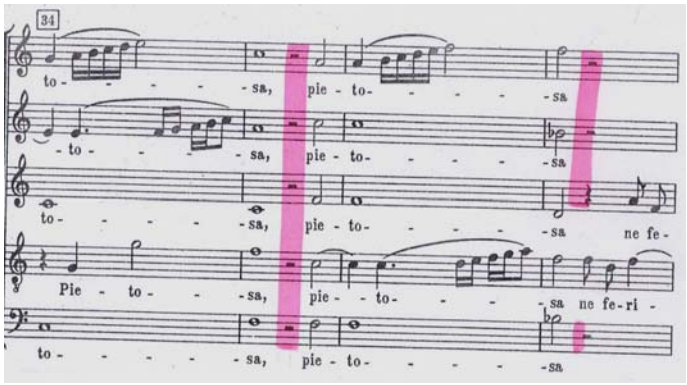
uccidi questa vita



Compás 28-30: Entrada sucesiva de las voces. Recitación sobre la misma nota (en amarillo) y poliptoton.

Compás 34-37: *"Pietosa"*: En esta parte el ritmo se detiene por el empleo de figuras de mayor duración (blancas e incluso redondas), alternado con diseños melódicos rápidos y ascendentes (***anabasis)*** que culminan en la repetición de la palabra *pietosa* hasta en tres ocasiones. Esta repetición constituye una ***auxesis*** o ***climax*** debido a la repetición del motivo melódico en una misma sección a una distancia de segunda mayor, como en este caso.

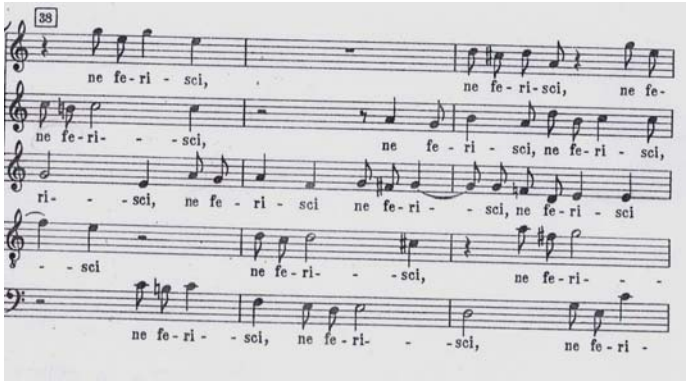
pietosa



Compás 34-37: Alternancia de figuras rítmicas de mayor duración (redondas, blancas) y otras más breves (semicorcheas).Auxesis

Compás 38-41: *"ne ferisci"* (no me atormentes): De nuevo se recurre a la ***anáfora*** a través de la imitación sucesiva de las voces produciéndose un énfasis en esa súplica de "no me atormentes".

Igualmente se acelera el ritmo, se precipitan los acontecimientos por el empleo de figuras de menor duración (corcheas) sin la alternancia habitual con figuras más largas.

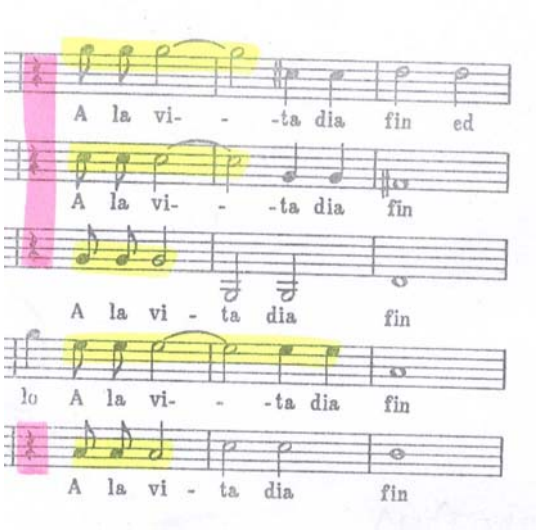


Compás 38-40: Entrada sucesiva de voces con el verso "ne ferisci"

Compás 42: *"E un colpo solo"* (Pero con un solo golpe): *madrigalismo* claro al dejar este verso únicamente en la voz del tenor, con lo que el sentido del texto ("un solo golpe") se refleja en el empleo de una sola voz, lo que constituye un ***hyperbaton***, ya que se silencian las demás voces con el fin de reflejar el texto.

Compás 43-45: *"A la vita dia fin"* (Termina nuestra vida): de nuevo se incide especialmente en palabras que el compositor considera como claves. Las cinco voces al unísono cantan la misma parte del texto: *a la vita dia fin* (termina nuestra vida). Además recurre a la recitación sobre la misma nota, concretamente do y sol, primer y quinto grado del acorde de Do M. El salto de octava de la tercera voz en la palabra *vita* representa una ***exclamatio*** por la que se subraya esta palabra.

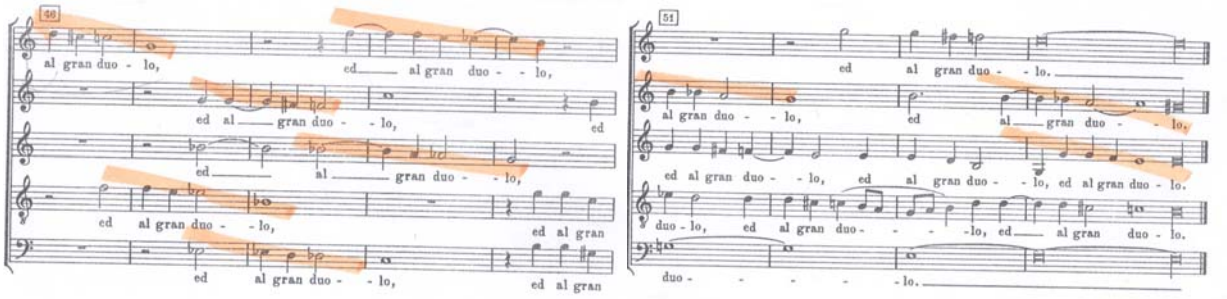
exclamatio



Compás 43-45: Recitación sobre el mismo sonido para resaltar el verso"a la vita dia fin" Exclamatio en" vita"(3ª voz).

Compás 46- FIN: *"ed al gran duolo"* (y nuestra desgracia): ***Anáfora*** lingüística y musical por la repetición insistente de este verso que es cantado nada menos que dieciséis veces entre las cinco voces, a modo imitativo y en un insistente diseño melódico descendente en la palabra *duolo* (desgracia) que se repite en todas las voces y que constituye una ***catabasis*** debido a ese diseño melódico descendente. Además, el empleo de la disonancia y el cromatismo acrecentan esa idea de desgracia. Concretamente el cromatismo en *gran duolo* (desgracia) representa además una ***pathopoeia***, cromatismo con el que se pretende representar esa idea de desgracia.

cathabasis



Compases 46-54: Línea melódica descendente. Anáfora en "de al gran duolo"

6. Conclusiones

A lo largo de este estudio hemos abordado la evolución de la retórica musical desde que Quintiliano en el S. XVI reflejara su importancia, apuntada ya antes por otros autores. A partir de entonces caracterizamos la evolución de la poética musical, citando sus épocas doradas en el renacimiento y el barroco, y su decadencia en épocas posteriores. El madrigal de Gesualdo que hemos analizado muestra perfectamente cómo la simbiosis entre texto y música aúna el poder expresivo de ambos elementos que a la vez, se complementan en formas musicales como la que aquí hemos analizado. Esa simbiosis, esos *madrigalismos* han tenido lugar en torno a ciertos aspectos como hemos visto en el análisis, con el objeto de resaltar ciertas ideas y palabras, como *suspiro, dolor o desgracia;* palabras muy significativas si tenemos en cuenta las circunstancias que rodearon su existencia. El empleo de las figuras retóricas ha sido una constante al servicio de lograr un objetivo único: llegar a un grado de expresividad imposible de alcanzar sin la vinculación de ambos elementos. Se accede así a un universo expresivo mayor que tuvo en el madrigal su principal soporte.

No obstante, y pese a lo explicado, sería un error circunscribir el auge de la retórica musical al madrigal renacentista o al barroco. Sin duda, en muchos de los procedimientos compositivos de todas las épocas están implícitos los procedimientos retóricos; en formas musicales como la sonata tan desarrolladas durante el clasicismo o el romanticismo, se plasma de un modo particular el discurso musical en el que podemos encontrar numerosas semejanzas respecto a la oratoria. Las partes que estableciera Gallus Dessler en su *Preacepta musicae peticae* de 1563, *exordium, medium* y *finis,* pueden percibirse perfectamente en la estructura tripartita de la sonata; en su exposición, su desarrollo y su reexposición. Pero más allá de la estructura formal, todo procedimiento compositivo consta de unidad, variedad y equilibrio. Los procedimientos y figuras retóricas contribuyen a lograr esos elementos. Elementos que también deben aparecer en una obra poética. Al fin y al cabo, música y poesía son dos mundos paralelos que en ocasiones se unen, como hemos visto aquí en el madrigal, y como vemos también en otro gran género musical: la ópera.

Sin embargo, sería un error pensar que la edad de oro de la retórica ya hubiera pasado. Seguramente su renacimiento no tendrá lugar en el modo en que nació y logró su mayor desarrollo.

La música es sólo un ejemplo de cómo la retórica puede ser usada en otros lenguajes y así está sucediendo, ya que es bajo otros lenguajes donde aflora con fuerza. No podemos olvidar la imagen como un soporte perfectamente válido para el desarrollo de esta vieja disciplina; especialmente en un mundo en el que prima lo audiovisual; inmersos en una sociedad de consumo en la que estamos sometidos constantemente al reclamo publicitario. Es quizá en este ámbito, la publicidad, donde la elocuencia y la persuasión son imprescindibles. En un mundo en el que la saturación de mensajes e información es una constante, se hace necesario recurrir a formas de articular la imagen, el sonido, y la palabra de forma que penetren en la sociedad.

Lo que sí ha quedado sumamente claro, a mi modo de ver, es la relación poético-musical a través de la retórica. Podríamos decir que las palabras son a la poética lo que los sonidos a la música. Por ello, su articulación no tiene porqué diferir tanto. El empleo de la retórica, en muchas ocasiones de forma paralela, compartiendo figuras y procedimientos, es un buen ejemplo de ello.

Bibliografía

- GROUT, D. y PALISCA C. (1997) *Historia de la música occidental 1*. Alianza Música. Madrid.
- LÓPEZ CANO, R. (2000) *Ars Musicandi: la posibilidad de una retórica musical desde una perspectiva intersemiótica.* Seminario de Semiología Musical (UNAM). Universidad de Valladolid.
- LÓPEZ CANO, R. (2000) *Música y Retórica en el Barroco.* http://www.geocities.com/lopezcano/LMRB.html
- MACMILLAN Publishers (1980) *The New Grove Dictionary of Music and Musicians.* Londres.
- *MICHELS, U. (1998):* Atlas de Música. *Editorial Alianza. Madrid.*
- RANDEL D. (1997) *Diccionario Harvard de música.* Editorial Alianza. Madrid.

Nº 5– REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS – ISSN: 1697 - 8293

CREATIVIDAD PUBLICITARIA Y RETÓRICA

De la metáfora a los efectos especiales

Isidoro Arroyo Almaraz

Profesor de Creatividad Publicitaria. Universidad Rey Juan Carlos.

Resumen

La Creatividad Publicitaria y la Retórica comparten elementos comunes. En este artículo, veremos cómo estas dos materias, con muchos siglos de existencia, abren nuevas vías de investigación. Las ideas se representan verbal y visualmente a través de los distintos lenguajes. Su agrupación en palabras y oraciones, imágenes y planos , efectos especiales conforman mensajes publicitarios cuyo objetivo principal es persuadir al consumidor para ser leídas, oídas, vistas y recordadas en imágenes mentales.

Palabras clave

Retórica – Creatividad – Publicidad – Imágenes mentales - Efectos Especiales

Abstract

Advertising Creativity and Rhetoric are two disciplines with common factors. In this article we will see how these two matters, with many centuries of existence, open new routes of investigation. The idea representation are performance in verbal and visual languages. Their grouping in words and phrases, pictures and planes, special effects, conforms advertisings whose primary target is to persuade the reader to be read, heard, watched and to recall in imagery.

Key words

Rhetoric – Creativity – Adversiting – Imagery – Special Effects.

O poeta é um fingidor
Finge tâo completamente
que chega a fingir que é dor
a dor que deveras sente.
(Fernando Pessoa)

1. Creatividad Publicitaria y Retórica

La retórica ha aportado tradicionalmente a la publicidad un método de creación, porque como bien decía Jacques Durand (1972, 110). "*La retórica es el repertorio de las diferentes maneras con las que se puede ser original*". Por tanto no es sólo un mero ornamento para decorar los mensajes de la publicidad, sino que como señalara González Martín (1996, 274): "*es un recurso para la elaboración de los sentidos(...) los anuncios se producen más de acuerdo con la retórica, que con la referencia al mundo, a los hechos*".

El campo de aplicación tradicional e histórico del estudio de la retórica, tal y como se puede apreciar en el magnífico estudio del profesor Francisco García, publicado en este mismo número, se ha utilizado mayoritariamente en la retórica del lenguaje.

El lenguaje nos ha permitido acercarnos a lo inefable. Este conocimiento trascendente nos ha llegado de la mano de la lengua natural, que Jakobson contraponía a la lengua científica. La lengua natural, gracias a la retórica, ha sido y es la fuente de imaginación y de la creación. Por ello, la retórica se ha definido como el arte de la palabra fingida, que usada originariamente en la poesía, convertía al poeta en *um fingidor*.

Este arte ancestral de la poética nos ha permitido alcanzar cimas inefables para el conocimiento. Carlos Bousoño (1976, 101 y ss) nos lo explica: *"La poesía debe darnos la impresión de que, a través de meras palabras, se nos comunica un conocimiento de muy especial índole: el conocimiento de un contenido psíquico(...) que en la vida real se ofrece como algo individual (...) Aunque la persona*

concreta del poeta no se compromete en términos de realidad con lo que literalmente dice su poema, el hombre genérico que en el poeta hay se compromete con la vida. Quien habla en el poema no es el poeta, pero sí es la imagen de un ser humano, que naturalmente existe en un mundo imaginariamente humano también"

El universo poético se vio acompañado por la invasión masiva de imágenes y sonidos, que llenaron nuestro imaginario a lo largo del siglo XX. El estudio de la retórica, se amplió al estudio de la retórica de la imagen, cuyos orígenes los encontramos, entre otros autores, en Roland Barthes cuando en la década de los 70 se planteaba la necesidad de una retórica general común al sueño, a la literatura y a la propia imagen*:"la retórica de la imagen sólo podría constituirse a partir de un inventario bastante amplio(...) de las figuras señaladas antes por los Antiguos y los Clásicos"*. (nº 4, 50, Communication).

La imagen se ha convertido en el referente universal a partir del cual construimos el mundo en imágenes. Hemos pasado de representar el mundo en imágenes a interpretar todo lo que nos rodea como una imagen. Este giro icónico desplaza la eficacia de la creatividad publicitaria, desde la imagen externa hacia la imagen interna. Por ello adquiere una gran importancia las representaciones internas no verbales, de carácter espacial, que los sujetos realizan de las imágenes publicitarias.

Las imágenes publicitarias y los efectos especiales se están demostrado muy eficaces en el proceso de generación de imágenes mentales en los consumidores, porque sirven para comunicar, tanto atributos de los productos como conceptos abstractos, a la vez que facilitan el acceso a nuevas metáforas de la realidad.

Por todo ello, consideramos que, la investigación sobre creatividad publicitaria y retórica, nos desvelará un universo de ventajas, que ayudarán a aportar soluciones a los problemas de comunicación, que los anunciantes reclaman de las agencias de publicidad.

Los conceptos retóricos, y sus tipologías nos facilitan el acceso automático a un mundo lleno de recursos. Como apunta Moliné (1988,24): *"La retórica no es la creación sino un análisis de cómo es la creación y cómo producir la creación de una obra persuasiva"*.

La publicidad, por tanto, está llena de retórica, *"es un discurso fingido, basado en la utilización de un doble plano del lenguaje: el normativo, que existe realmente, pero que tiene poco significado, y el*

figurado, que tiene sentido, pero no existe; produciéndose de este modo una sobresignificación que el uso estándar del lenguaje no tiene. Los mecanismos retóricos son funciones que tratan de poner en contacto ambos planos". González Martín (1996,274)

La retórica se ha revelado como un dispositivo de eficacia comunicativa, a la vez que se ha convertido en la vía privilegiada, primero con el lenguaje, y después con la imagen, para producir los efectos necesarios que desautomatizan los discursos y los hacen imprevisibles, bellos y llenos de sentido.

Para ello utiliza un discurso fingido que, como señalaba González Martín, se construye en los ámbitos del significado y del sentido y en el ámbito de la trasgresión de la norma.

La elaboración del significado, se produce en el momento de la creación del mensaje, cuando el creativo publicitario, que conoce la proposición real, la convierte en una proposición figurada.

La elaboración del sentido, se produce en el momento de la recepción del mensaje donde el consumidor, que conoce la proposición figurada, alcanza su plenitud cuando transforma en real la proposición figurada.

La operación retórica, consiste en dar sentido al significado del mensaje, mediante una transformación del segundo en el primero, por la que se restituye la proposición original y se le da el significado simple que tuvo en su origen.

Además, toda figura retórica, participa de las operaciones de transformación de una proposición en otra, participa también de la operación de trasgresión de la norma.

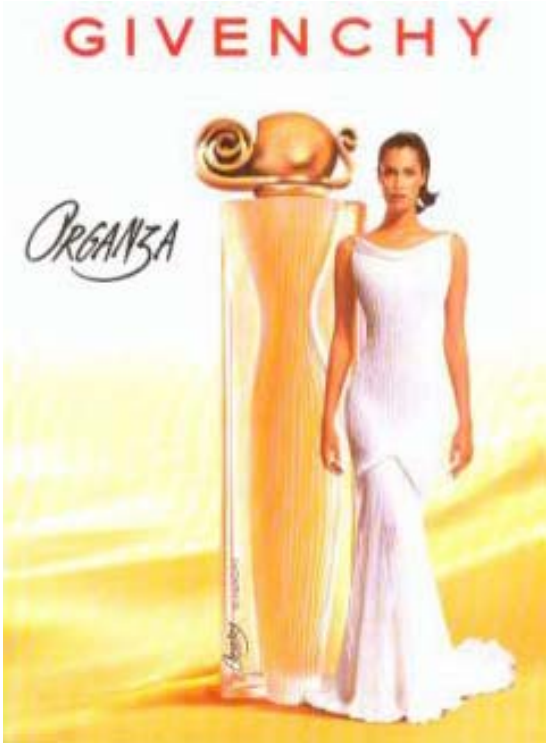
El juego de la trasgresión del lenguaje se materializa con la trasgresión del lenguaje normativo. El lenguaje retorizado participa de abusos gramaticales y/o ortográficos, devalúa la realidad con el empleo del humor, proyecta nuestros deseos con el juego del erotismo, etc.

El juego de la trasgresión de la imagen se materializa con la trasgresión de la imagen del mundo real. La imagen retorizada juega con la imaginación, la ilusión, la alucinación, y sobre todo con la metáfora visual creativa, de la que nos ocuparemos a continuación.

2. La Metáfora Creativa

La metáfora se ha utilizado y se utiliza en publicidad gracias a la enorme capacidad que tiene para representar conceptos, a la vez que facilita el aprendizaje sobre la marca, el producto o el servicio.

La metáfora, se fundamenta en una relación por analogía, que va desde lo abstracto a lo concreto. Comparte con la analogía la operación mental de semejanza entre dos elementos y se diferencia del símbolo en que éste va de lo concreto, lo representado, a lo abstracto; mientras que la metáfora, como ya hemos dicho, va de lo abstracto a lo concreto.



En esta imagen podemos establecer una relación metafórica, por analogía visual, entre las formas de la sombra del perfume en el envase y las formas de la mujer.

Veamos otro ejemplo de relación metafórica, por analogía semántica, que nos proporciona Isidro Moreno (2003, 206). Este autor nos recuerda, con muy buen criterio, como se le atribuye al hijo de Vargas Llosa la creación del lema electoral "Vota limpio, vota en blanco", propuesto en las últimas elecciones peruanas. Este eslogan metafóricamente relaciona el plano real —la papeleta en blanco—, con el plano evocado —la limpieza electoral—. Ello tiene una conexión con la historia reciente del Perú de Fujimori y los escándalos de corrupción electoral que se produjeron. Simbólicamente,

relaciona el color blanco de la papeleta con la limpieza. El adjetivo limpio, nos traslada, por su valor polisémico, al valor ético que se contrapone a corrupción y se asocia por analogía, con el color blanco, símbolo de la pureza.

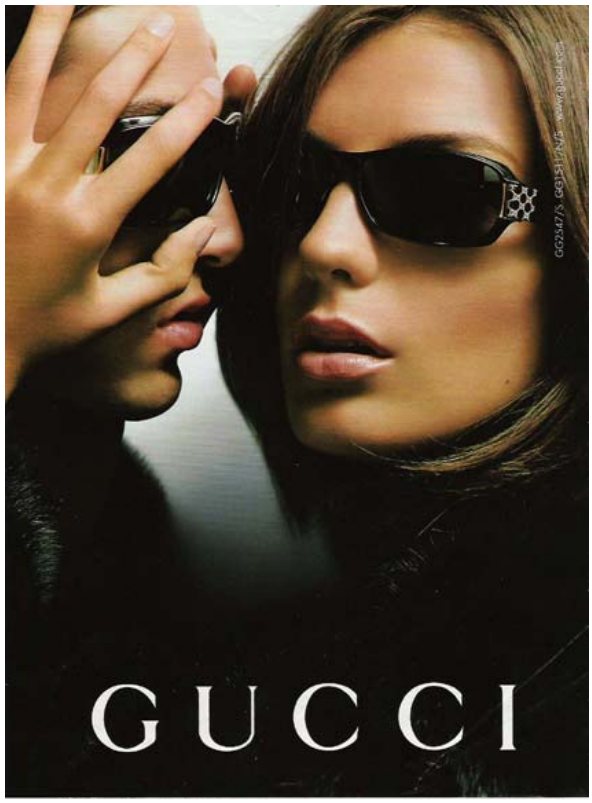
Como acabamos de ver, las imágenes publicitarias tienen una gran capacidad para representar conceptos, abstracciones, acciones o metáforas que se convierten en expresiones de ideas a veces muy complejas. Las analogías y las metáforas entre la información nueva e informaciones que ya se poseen facilitan, como ya hemos dicho, el aprendizaje sobre la marca, el producto o el servicio.

2.1. ¿Cómo trabajan las imágenes publicitarias?

Los diseños de los anuncios anticipan un lector que conoce ciertas convenciones pictóricas y que comparten experiencias visuales con los autores. Leer las imágenes es una habilidad adquirida.

Aplicando las aportaciones de Rouquette (1977) sobre la metáfora al estudio de las imágenes publicitarias de Linda M. Scott (1994), podemos concluir que existen, por lo menos, tres modelos distintos de anuncios publicitarios que se ajustan a los tres supuestos de recubrimientos que determinan la riqueza de la analogía propuestos por Rouquette (1979). Este autor delimita la metáfora como un mecanismo de correspondencias y recubrimientos analógicos entre dos objetos o conceptos. Cada uno de estos objetos o conceptos está definido por un conjunto de propiedades que, utilizando la terminología de la teoría de conjuntos, podemos clasificar como:

- **Ausencia de recubrimiento (A≠B)**: se produce una asociación forzada, una relación por combinación aleatoria, donde un objeto no tiene ningún elemento en común con otro. Cuando el metaforado y el metaforante son conjuntos aislados, nos encontramos con anuncios con imágenes irrelevantes, que funcionan a través de despertar emociones, no suelen tener ni *body copy* ni nada que se parezca a un titular, excepto la marca.



Sólo la emoción de la proximidad y del encuentro nos hace preguntarnos por el beneficio de la marca. ¿Un perfume? ¿una marca de gafas?,... Lo único importante, una marca connotada de emociones.

El mensaje está en la imagen, pero la promesa del anunciante es indescifrable por ausencia de imágenes que ilustren los atributos del producto. El argumento está presentado figurativamente, es un tropo. El anunciante presenta su proposición de manera fresca para que el público piense sobre ese tema cercano desde una perspectiva imprevista. El uso de este tipo de metáforas es eficaz porque rompe el escepticismo y el cansancio de los consumidores saturados de la publicidad repetitiva.

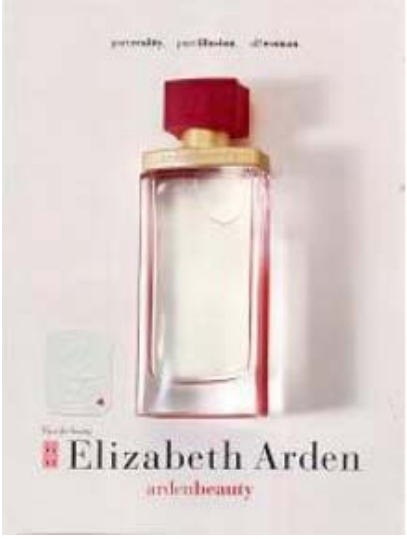
- **Interjección de conjuntos (A∩B)** o asociación de elementos: se produce una transferencia de algunos términos de un objeto o concepto hacia el otro. De ahí se obtiene un subconjunto de elementos comunes del objeto y de su representación icónica. De todos modos es posible definir zonas de recubrimiento comunes a los dos conjuntos.

Dentro de este modelo nos encontramos con anuncios apoyados en fotografías, que aún siendo figurativas, no copian el producto de manera realista. Suelen ser fotografías muy cercanas (primeros planos o planos detalle), en los que la imagen ocupa toda la página. Se produce una

manipulación sensitiva de símbolos aprendidos de acuerdo con estrategias normativas de procesamiento. La imagen y la composición son variables independientes

Un momento, la apertura de la botella, define una sensación, la frescura.

- **Identidad o asociación total (AUB):** puede ser una analogía muy cercana con un recubrimiento casi total. Nos encontramos con los anuncios que enseñan el producto y sus características clave de forma objetiva sin ninguna distorsión, porque no necesitan ser interpretadas. Las fotografías son relevante porque ilustran atributos tangibles que refuerzan la promesa del anunciante. Copian fotográficamente el producto y son absorbidos en la mente del consumidor sin necesidad de compromiso o estrategia cognitiva.



Lo que veo, veo y no lo puedo refutar.

2.2. ¿Cómo trabajan las metáforas?

La metáfora sustituye los objetos de deseo que muestra la publicidad por imágenes mentales en el pensamiento abstracto y el inconsciente. El enunciador y el enunciatario convergen con el enunciado. El que habla y el que escucha se sitúan en la posición del que desea. El que habla, que se muestra como una *gestalt*, controla nuestra mirada mostrándose en planos detalle, ofreciéndose en planos subjetivos y, el que escucha, desea resolver sus necesidades, construyendo un deseo con la imagen del que habla.

En el plano de la imagen mental, la imagen del objeto se metamorfosea en la imagen de deseo, pero en el plano de la imagen real las personas miran al anuncio y éste no puede mirarles. Tomando como préstamo los dos últimos versos de la primera estrofa del "Romance Sonámbulo" (1982, 97) de Federico García Lorca, diríamos que: *" (...) las cosas la están mirando/ y ella no puede mirarlas"*.

González Requena (1999, 58-61) habla de metáfora delirante, porque el consumidor se siente mirado y reconocido por una imagen que no mira, que es imaginaria. Para este autor, refiriéndose a los *spots* de perfumes que presentan imágenes de mujeres junto con imágenes de frascos de perfumes (como las que hemos presentado anteriormente), la imagen de la mujer se convierte en un perfume y se carga de dulzura, sensualidad y aroma, y el frasco de perfume adquiere la promesa que sólo la mujer encierra. Sin embargo, para este autor, ni la mujer ni el perfume, actúan como significantes de la metáfora, sino como imágenes identificatorias, *gestálticas*, que buscan la imagen de plenitud que se asocia al Yo ideal (en términos de psicoanálisis).

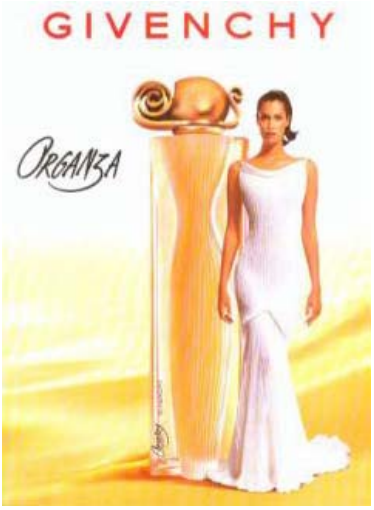
Se habla, más que de metáfora, de metamorfosis en la que la mujer que mira, se convierte en frasco de perfume a través de la operación de fusión entre imagen y envase del espectador. El espectador se deja invadir por la imagen total y eleva la metáfora sustitutoria a metamorfosis identificatoria.

Lógicamente, el beneficio para el producto está en que la metamorfosis no admite la reversibilidad de la operación, ni tan siquiera el análisis de la operación desde el propio pensamiento.

Las cosas son como parecen y no como son.

Aunque en el plano del discurso se producen dos tropos:

La metonimia, que transforma el envase en perfume y, la metáfora, que transforma la mujer en envase, en el plano del deseo el envase se transforma en falo y se convierte en ese oscuro objeto de deseo que, trascendiendo a su condición de fetiche y de símbolo, se convierte en la mismísima imagen absoluta del Yo ideal. Esto evidentemente nos hace regresar al estadio primario del narcisismo.



Más allá de la metáfora y la metonimia hay dos significantes sin sustitución entre ellos, pero con fusión que se convierten, ante los ojos del espectador, en la sensación de plenitud. En la metáfora delirante, se sustituye la metáfora por metamorfosis y la sustitución por fusión.

3. La Tecnocreatividad: Uso o abuso de efectos especiales.

Las nuevas herramientas tecnológicas abren nuevas posibilidades de comunicación, que alcanzan sus cotas más altas cuando se trata de dar a conocer productos tecnológicos a públicos jóvenes. Entonces la eficacia persuasiva se consigue a través de los entornos tecnológicos, que se convierten en la nueva metáfora de progreso, ya que facilita la generación de sentimientos favorables hacia los nuevos productos o servicios. El público más joven, saturado de mensajes publicitarios, rechaza la publicidad tradicional y sólo asimila las propuestas que proceden de las nuevas tecnologías.

Nuestra hipótesis sugiere que el incremento considerable de tecnologías de la comunicación y de la información, en el proceso de elaboración y de recepción de los mensajes publicitarios, automatiza el consumo publicitario. Y los consumidores atienden cada vez más a los mensajes con impacto emocional y a aquellos otros que nos sorprenden por los efectos especiales.

Los resultados de este modelo de creatividad, se materializan en la gran oferta publicitaria de buenos diseños de realización, en detrimento de una publicidad con mayor creatividad.

Por lo que nos preguntamos ¿qué puede aportar la tecnología a la creatividad? En nuestra opinión:

Facilita la atención a los mensajes y acelera el proceso de toma de decisiones. Aunque cada consumidor marca su propio ritmo de consumo, sin embargo, se ha acelerado el proceso de toma de decisiones y de atención a los mensajes, motivado por una creciente exigencia de eficacia y de inmediatez en las respuestas.

No hay tiempo para elegir y quien construye mensajes que destaquen captura, antes que nadie, las miradas flotantes que encuentran lo que no buscan en el cosmos de la información.

Este nuevo concepto del tiempo, contribuye al éxito de los anuncios que se construyen atendiendo a los valores de "la razón técnica", que no es otro que el de la productividad en la fabricación de textos llenos de recursos expresivos; mensajes, por otra parte, colmados de efectos especiales para hacer posible que existan conceptos que antes no existían, mundos imposibles que podemos visualizar a través de imágenes.

La metáfora del mundo de *Matrix*, que nos hace sospechar que vivimos en un mundo no real, la construimos a través de mejorar nuestro saber y hacer técnico, porque éste nos facilita una interrelación mayor con mundos ficticios que nos apartan de otras realidades menos tecnológicas.

Construimos, cada vez más, nuestros deseos a través de estas nuevas experiencias de interacción con mundos ficticios y al final aceptamos automáticamente las propuestas de comunicación y de consumo coherentes con esta nueva concepción de la vida. Basta recorrer las calles de nuestras grandes ciudades, para comprobar cómo, las propuestas difundidas a través de medios tecnológicos, llegan con prontitud y se instalan en el imaginario colectivo, antes de que dé tiempo a reflexionar sobre sus consecuencias.

anuncio 12 playstation-riquezamental.wmv

La imagen deformada de la modelo (¿real o imaginaria?) de este anuncio se convirtió en objeto de culto para un sector de la juventud asiática, hasta el punto de que algunos jóvenes desearon deformarse la cara para parecerse a la modelo.

3.1. De la personalidad de la marca a la personificación del producto

La tecnología de la metáfora, que tan buenos resultados ha producido para la imagen de marca, está compartiendo su estrellato con la tecnología de la personificación apoyada en el uso de los efectos especiales que permiten visualizar los atributos del producto sin necesidad de que los tengamos que imaginar.. Por lo que consideramos que la creatividad publicitaria centrada en la metáfora, está compitiendo por la notoriedad con los nuevos efectos especiales, que se imponen por doquier, a

través de la personificación de vacas que bailan en un anuncio de leche, gatos incendiados que siembran el pánico en un anuncio de coches, o que juegan al fútbol, perturbadoras lámparas, etc.

Personificación.wmv
Personificación lámpara nintendo-sobrenatural.wmv
Anuncio 24 citroenrobot.wmv

Las propuestas creativas que nos ofrecen a los consumidores, a través de los anuncios publicitarios, se apoyan cada vez más en "saberes técnicos"compartidos que van dirigidos a conseguir una respuesta inmediata de sorpresa, notoriedad y aceptación de la propuesta.

Las presencia constante y cambiante de nuevos lenguajes y entornos tecnológicos, basados en los efectos especiales en la publicidad, facilitan la adhesión del gran público que, deseoso de integrarse en el mundo de progreso que nos hace cercano lo lejano y presente lo futuro, modifica sus viejas percepciones de la realidad social para adaptarse al nuevo conocimiento compartido.

Nos acerca lo lejano.wmv

4. Conclusiones

1. La metáfora se ha utilizado y se utiliza en publicidad gracias a la enorme capacidad que tiene para representar conceptos, a la vez que facilita el aprendizaje sobre la marca, el producto o el servicio.
2. La creatividad publicitaria que se apoya en los efectos especiales busca la eficacia persuasiva. Por lo que:
    a. Mejora la belleza de los entornos con los que envuelve sus mensajes y presenta sus productos y servicios.
    b. Crea conceptos nuevos donde prevalezca el valor de la libertad de acción.
    c. Permite experimentar sensaciones nuevas con las que los consumidores aprendan a implicarse con los mensajes.
    d. Incrementar el valor de la notoriedad de los productos y marcas.
    e. Automatiza los procesos cognitivos que intervienen en la atención del público.

f. Reduce el desgaste por cansancio.
g. Incrementa de información como consecuencia del aumento de la velocidad.
h. Fomenta el consumo compulsivo de algunos productos para favorecer la entrada en el mercado de nuevos productos o actualizar los viejos productos o servicios.

Bibliografía

ARROYO ALMARAZ, I. (2004), *La Creatividad y la razón tecnológica en la argumentación publicitaria.* En Creatividad y Sociedad nº 6. págs. 27-34.

ARROYO ALMARAZ, I. GARCÍA GARCÍA, F Y MARTÍNEZ VAL, J., (2001) *Imágenes y Cultura. Del cerebro a la tecnología.* Laberinto Comunicación Madrid.

BAÑOS, M. (2001), *Creatividad y publicidad*. Laberinto Comunicación. Madrid.

BARTHES ROLAND (nº 4, 50, Communication).

BOUSOÑO C. (1976), *Teoría de la expresión poética*. Gredos. Madrid.

DURAND, J. (1972), *Retórica e imagen publicitaria*. En Análisis de las imágenes. Christian Metz y otros. Editorial Tiempo contemporáneo. Págs 81-112.

GARCÍA GARCÍA, F. (1991), *Estrategias creativas*. Vicens-Vives. Madrid.

GONZÁLEZ MARTÍN, J.A. (1996), *Teoría general de la publicidad*. Fondo de Cultura Económica. Madrid.

GONZÁLEZ REQUENA, J. Y ORTIZ DE ZÁRATE, A. (1999), *El Espot Publicitario. Las metamorfosis del deseo.* Cátedra, Signo e Imagen. Madrid.

MORENO, I. (2003), *Narrativa Audiovisual Publicitaria.* Piados. Barcelona.

ROUQUETTE, M.L. (1977), *La creatividad.* Huemul. Buenos Aires.

SCOTT, L.M. (1994), *Images in Advertising: The Need for a Theory of Visual Rhetoric*. Journal of Consumer Research. Vol 21, 252-273.

www.publitv.com Los *spots* publicitarios han sido tomados de esta página con finalidad didáctica, para ilustrar los conceptos que en el artículo se explican. Agradecemos a los gestores de dicha página el acceso gratuito a dicha información.

Nº 5– REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS – ISSN: 1697 - 8293

POÉTICA Y RETÓRICA DIALÓGICA DEL ESPACIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO

Jacob Bañuelos Capistrán

Cátedra de Semiótica

Departamento de Comunicación y Periodismo

Tecnológico de Monterrey- Campus Ciudad de México

jcapis@itesm.mx

Resumen

El presente estudio analiza la complejidad del espacio en la Ciudad de México, Distrito Federal (D.F.), ciudad con más de 20 millones de habitantes, en donde la *aglomeración* espacial es el factor definitorio. Se propone identificar visualmente las cualidades de la poética del espacio y sus relaciones con base en:

1. Matrices espacio-temporales: premodernos, modernos y posmodernos; identificación de por lo menos un elemento arquitectónico de cada matriz.

2. Poética dialógica del espacio, análisis de la construcción poética del espacio en la ciudad de México: identificación de las relaciones poéticas *relevantes* y las *constantes de aglomeración* en el espacio de la ciudad desde una perspectiva histórica y sociocultural.

Se propone así, identificar visualmente los elementos (signos=objetos) urbanos constantes de la aglomeración, así como sus constantes espacio-temporales, es decir, identificar qué signos definen las relaciones poéticas y la aglomeración en la ciudad de México en términos espaciales.

Palabras clave

Póetica del espacio - Matrices espacio-temporales – Signos arquitectónicos -Cronotopos – Ciudad de México.

Abstract

The study analizes the complexity of the space in Mexico City, Distrito Federal (D.F.). D.F. is a city with more than 20 million inhabitants where the spacial agglomeration is the definible factor. The purpose is to visually identify qualities of the the poetics of space and its relation based in:

1.-Space-temporal matrixes: pre-moderns, moderns and post-moderns. To identify at least one architectonic element of each matrix

2.- Dialogic poetics of the space, analysis of the poetics of the space construction of Mexico City: Identification of the relevant poetic relations and the *agglomeration constants* in the space of the city from a historic and socio-cultural perspective.

Therefore, it is proposed to visually identify the constant urban elements (signs=objects) of the agglomeration, as well as its space-temporal constants. This means, to identify which signs define the poetic relationships and the Mexico City agglomeration in spacial terms.

Key words

Poetics of the space- Space-temporal matrixes– Architectonic signs- Cronotopos – México City.

1. Poética dialógica del espacio aglomerado: Ciudad de México

"El significado del espacio es
un terreno singularmente neutral para la interpretación".
Steve Yates (1).

*La **imagen poética** es la **otredad** o **alteridad**. El fenómeno moderno de la incomunicación no depende tanto de la pluralidad de sujetos cuanto de la desaparición del tú como elemento constitutivo de cada conciencia. No hablamos con los otros porque no podemos hablar con nosotros mismos. Pero la multiplicación cancerosa del yo no es el origen, sino el resultado de la pérdida de la **imagen del mundo**.*
Octavio Paz (2)

En el presente estudio, entendemos la arquitectura como signos-objetos, autorreferenciales, cuyo origen formal, estilístico, funcional, cultural e interpretativo corresponde a diversas concepciones del tiempo y el espacio, y que adquieren diversos sentidos semánticos según el usuario y la perspectiva desde la cual se analicen. Nos interesa plasmar un análisis desde una perspectiva histórica de dichos signos, y armar un modelo sintagmático para describir sus relaciones. Es preciso subrayar e insistir que los objetos arquitectónicos aquí analizados son considerados los signos textualizados que dan orden y desorden al espacio en el contexto de la Ciudad de México, mayo-junio de 2004, y que se analizan desde una perspectiva histórica.

Dicho modelo sintagmático propuesto, es igualmente un intento por representar la poética arquitectónica del espacio en la Ciudad de México. Nuestra hipótesis es que dicho espacio arquitectónico plantea relaciones poéticas de tipo dialógico, intersectadas por constantes de aglomeración urbana que dan un modelo semiótico de la Ciudad de México.

Advertencia: el presente estudio es una aproximación inicial al estudio de la poética del espacio arquitectónico en la Ciudad de México, y el modelo semiótico descriptivo que se ha elaborado, es un modelo experimental que se encuentra en etapa de construcción e investigación, de ninguna forma se

platea como definitivo en cuanto a sus resultados, ni en cuanto al modelo teórico que exige mayor elaboración, por lo que igualmente el texto presente se considera un apunte inicial para futuras y próximas investigaciones sobre el tema.

1.1. Delimitación conceptual

Entendemos por **poética dialógica** del espacio aglomerado en la Ciudad de México, aquellas relaciones semióticas entre los signos arquitectónicos como orden del espacio, que generan desvíos de ese orden histórico del espacio. Dichos desvíos poéticos, se realizan en las intersecciones históricas que dichos signos/objetos arquitectónicos generan entre sí, dentro del gran conjunto arquitectónico del espacio en la Ciudad de México, y en medio de las prácticas y usos tradicionales y contemporáneos de dicho espacio.

Concebimos una poética del espacio, como bien apunta Yates, como una estructura abarcadora, virtual, dentro de la cual diversos puntos de vista contribuyen a darle forma. Del mismo modo, como apunta Rudolf Arnheim, en el siglo XX el espacio dejó de estar vacío para convertirse en un territorio de fuerzas donde las cosas interactúan, para llenarse de sucesos dramáticos, sucesos que cuando se les da una forma artística, se convierten en imágenes poéticas. (Yates, 2002, p. 26)

Traduciremos a imágenes de la ciudad, estas relaciones poéticas en el espacio de la Ciudad de México, que ocurren en el conjunto de las relaciones sígnicas que la arquitectura del espacio establece en la ciudad de México.

Como sabemos, **función poética**, siguiendo a Jakobson, consiste en transgredir de manera intencional o no intencional, una norma estándar, un código de representación visual, estética, lógica, semántica o ideológica. Las relaciones entre los elementos componentes de la arquitectura urbana y las figuras creadas permiten interacciones semánticas, culturales y estéticas, revelando sus correspondencias (por identidad, similitud, diferencia u oposición), que se suman a la significación de la arquitectura como signo específico, como objeto significante, y revelan en su interior una acumulación de elementos estructurales, una construcción compleja, un discurso sobreelaborado.

Poética dialógica, es un concepto de interrelaciones dinámicas, un “diálogo” de desvíos poéticos arquitectónicos, organizados sintagmáticamente desde intersecciones históricas arquitecturales. Relaciones dialógicas dinámicas, de tipo sintáctico, semántico y pragmático; de tipo histórico, estilístico, cultural y estético. El discurso poético dialógico se caracteriza porque expresa algo que

está más allá de lo físicamente representado, caracterizado por la suma de las interrelaciones semánticas dadas.

Por **espacio** coincidimos con Rudolf Carnap, dados sus conceptos objetivos, subjetivos y materiales, como categorías de "espacio formal", "espacio percibido" y "espacio físico". Siguiendo a Carnap, el espacio formal, puede definirse *como una formación única de relaciones entre partes indeterminadas de una forma en la que una asociación sigue a otra en un mismo terreno*. El espacio formal incluye objetos relacionados de manera significante cuyas relaciones están sometidas a condiciones formales, representadas por diversas entidades como números, colores, o interpretaciones, es decir, signos organizados de diversa manera en órdenes sintácticos, semánticos y pragmáticos. (Yates, 2002, p.119-128)

El **espacio aglomerado** es una realidad en la Ciudad de México, dada en la experiencia sensorial, formal, perceptual y física. Siguiendo a Moholy-Nagy, el espacio aglomerado se percibe mediante **signos visuales formales** como: perspectivas, superficies que se encuentran y se cortan mutuamente, esquinas, objetos en movimiento con intervalos entre ellos, objetos que se penetran mutuamente, relaciones de masa, luz, color, textura, tensión; mediante signos sonoros: según fenómenos **acústicos**; mediante la observación del **movimiento**: en distintas direcciones en el espacio; mediante medios de locomoción; horizontal, vertical, diagonal, intersecciones, saltos; mediante el sentido del equilibrio: círculos, triángulos, cuadrados, curvas, espirales, planos. (citado por, Yates, 2002, p. 208-209)

El espacio contemporáneo se caracteriza por su eclecticismo, en donde los límites se hacen "fluidos" dado que el espacio se concibe como algo que fluye, como una interminable sucesión de relaciones poéticas y retóricas.

Finalmente, el concepto de **aglomeración** está entendido aquí como una constante en el espacio arquitectónico urbano. La aglomeración como producto de la saturación arquitectónica del orden del espacio. Aglomeración es igual a saturación de signos/objetos en el orden/desorden del espacio urbano. Las constantes de aglomeración en la Ciudad de México sirven igualmente como puntos de intersección en las relaciones espacio-temporales de la propia ciudad, y las identificamos más adelante.

1.2. Función poética y estética en la arquitectura del espacio de la Ciudad de México

Para **Roman Jakobson** la *función poética* es *"la tendencia hacia el mensaje como tal"*, pues en ella el signo/*objeto arquitectónico* se refiere a sí mismo. **Jakobson** se refiere al arte verbal y literario, aunque reconoce los fenómenos poéticos en todo tipo de expresión artística y humana. Sus deducciones son aplicables al objeto arquitectónico. **Jakobson** afirma que para conocer los rasgos inherentes a la *poesía*, es necesario recurrir a los *modelos básicos* que se utilizan en una conducta verbal. Tales modelos básicos son aplicables a la conducta de articular el espacio mediante la arquitectura: la *selección* y la *combinación.*

Equivalente al concepto de *"función poética"* de **Jakobson,** encontramos el de ***"función estética"*** de **Jan Mukarovsky,** que también nos ayuda a situar el ***carácter poético de la arquitectura y poética del espacio aglomerado en la cudad.***

Para **Mukarovsky** la ***función estética*** puede ser observada dentro y fuera del arte. Desde dos perspectivas, desde el punto de vista del ***sujeto*** y desde el punto de vista del ***objeto.***

Desde el punto de vista del ***signo-objeto arquitectónico***, la función estética es el papel que cumple la arquitectura del espacio entre los individuos, en la sociedad; función que abarca otros objetos y acciones que también cumplen una *función estética* fuera del arte, como la mayor parte de las *producciones publicitarias;* mientras los objetos y acciones de carácter estrictamente artístico pueden llegar a perder su función. Los *límites* de la *función estética* no sólo están determinados por las *acciones* y los *objetos*, sino principalmente por los ***receptores que los interpretan.***

La afirmación que nos parece más interesante en **Mukarovsky**, es que *la estabilización de la función estética es asunto de la* ***colectividad***.

Para **Umberto Eco**, *la función estética se da cuando el signo arquitectónico se estructura de manera ambigua y se presenta como autorreflexivo al atraer la atención del destinatario antes que nada hacia su propia forma.* La describe en los mismos términos en que **Jakobson** lo hace respecto a la *función poética*. (3)

Como *obra visual* inmersa en una *colectividad histórica-cultural* dada, *la arquitectura como signo/onbjeto en la Ciudad de México asume una función poética* y una *función estética*, determinadas por los individuos que la *perciben e interpretan*, por el *contexto (tiempo y espacio históricos)*, por la *"dominante"* (si la hay) de la expresión estética, por el *campo semántico* donde se

presenta la obra y por las características propias de la poética del *arquitecto o de la intención arquitectónica.*

La figura retórica arquitectónica por sí sola no es suficiente para producir el ***efecto de sentido*** *que el espectador encuentra en la arquitectura del espacio aglomerado. El efecto poético se construye en el espectador, en el* ***ethos/efecto*** *producido en la relación de la obra y el espectador. La retórica es un medio de la poética y está en las intenciones del autor, pero fundamentalmente está o no, en el receptor de la obra.*

En la *arquitectura del espacio*, nuestra vinculación con el mundo quizás esté presente, quizás se encuentre establecida, pero no probada científicamente. La *información* plasmada es *poética, científica, estética, mítica, fantástica, simbólica, ideológica, individual y social. Su potencia y debilidad radican en la* ***con-fusión*** *voluntaria entre la intersección de sujetos, elementos expresivos, signos, materiales y su reunión.*

2. Ciudad de México, Distrito Federal

Ciudad de México, Distrito Federal es capital de los Estados Unidos Mexicanos, República Mexicana, fundada en 1325 por los mexicas. Es hasta el siglo XIII cuando llega a la zona, proveniente de Aztlán (sitio tal vez mítico) el grupo mexica cuyo dios tutelar Huizilopochtli (Zurdo Colibrí) representa un carácter austero y guerrero. Conducidos por el sacerdote Tenoch, luchan contra los pueblos establecidos para conseguir un sitio en las riveras de los lagos. Hacia 1299 se establecen en Chapultepec, lugar privilegiado por su posición estratégica y recursos naturales, pero son expulsados por los Acohuas hacia un islote en el lago. (http://www.mexicocity.com.mx/historia1.html#Fundaci—n)

Es allí donde concluye la peregrinación secular de los mexicas; la señal para ello fue la visión de un águila devorando una serpiente sobre una planta de nopal que crecía sobre un islote. Fue así como se funda la ciudad de México-Tenochtitlan el 8 de junio de 1325. (http://www.mexicocity.com.mx/historia1.html#Fundaci—n)

La ciudad se construyó sobre un desecado conjunto de lagos donde hoy viven cerca de 20 millones de habitantes a un ritmo acelerado y contrastante que se nota en la diversidad de actividades que transcurren en sus calles: automóviles en nervioso trayecto, innumerables peatones, comedores en las esquinas y vendedores de todo tipo. En este escenario tiene cabida la pobreza de muchos de

sus habitantes, pero también el refinamiento y el lujo. (http://www.mexicocity.com.mx/historia1.html#Fundaci—n)

En 1824 se restableció la República y el congreso decretó que la Ciudad de México se separara administrativamente del estado del mismo nombre con un territorio dividido en cuarteles y con el nombre de Distrito Federal. (http://www.mexicocity.com.mx/historia1.html#Fundaci—n)

El Distrito Federal cuenta con una población de 8 millones 605 mil 239 habitantes, de los cuales 4 millones 110 mil 485 son hombres y 4 millones 494 mil 754 son mujeres. El Distrito Federal representa el 0.1% de la superficie del país.

2.1. Zona Metropolitana y ritmo de crecimiento poblacional

Actualmente, según el más reciente censo (año 2000) del Insituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), la zona metropolitana que comprende la Ciudad de México, reporta una población de 16, 6 millones de habitantes. Está considerada la segunda ciudad más grande del mundo, después del corredor Tokio-Yokohama, en Japón. Con una superficie total de 149, 525 ha, de las cuales 61, 081 ha son de suelo urbano y 88, 442 ha son suelo de conservación, situado en el eje neovolcánico transversal, una de las zonas del país con mayor concentración de especies endémicas. (fuente: Secretaría del Medio Ambiente, Comisión de Recursos Naturales y Desarrollo Rural, Dirección Ejecutiva de Ordenamiento Ecológico).

La zona metropolitana de la Ciudad de México, comprende el Distrito Federal y 27 municipios del Estado de México, y hacia 1990 tenía 15 millones de habitantes, es decir, 18.4% de la población del país. (todos los datos de esta sección ha sido tomados de: http://www.mexicocity.com.mx/crecer.html. Ver también: Guillermo Olivera en http://www.bancomext.gob.mx/esp/olivera.html)

> *"En 1970 tenía 9 millones de habitantes y en 1980, 14 millones. En el decenio de los años setenta creció 4.5% al año y en el de los ochenta sólo 0.7%.*
>
> *Este crecimiento obedeció a la dinámica social y económica imperante en la posguerra. El relativo aislamiento del país en materia de transacciones comerciales obligó a las empresas a concentrarse en el mercado interno y, en particular, en el mayor mercado del país: la Ciudad de México. Esto propició la creación de una*

importante infraestructura y que todas las vías de comunicacion confluyeran en ella. También el centralismo del gobierno federal influyó en esta tendencia. El crecimiento demográfico de la Ciudad se aceleró, junto con el de la industria manufacturera y los servicios, como fuentes de empleo.

Se calcula que en 1995 la población de la Ciudad era de 15.5 millones de habitantes.

Como se aprecia, la Ciudad ha reducido su ritmo anual de crecimiento a una tasa menor que la de la población nacional (2%) y que la de la urbana (3.7%). Es, asimismo, la metrópoli con menor crecimiento del país.

Ello obedece, en lo fundamental, a un cambio en la distribución de la vida económica del país, la cual se ha desconcentrado de manera importante. En tal fenómeno ha sido fundamental la apertura de la economía a las transacciones con el exterior. En particular, la necesidad de exportar y la inversión extranjera en el país han determinado la nueva localización de plantas productivas y de las empresas en general. Esto se traducirá eventualmente en una redistribución de la población en busca de empleos y mejores ingresos.

Debido a los costos que implica para las empresas asentarse en esta urbe y a la infraestructura con que cuenta, tanto humana como material, la Ciudad se ha convertido en sede, sobre todo, de oficinas corporativas de grandes empresas y de compañías innovadoras y de alta tecnología, así como centro financiero del país.

Así, es claro que el crecimiento de la Ciudad de México será cada vez menor y, de continuar las tendencias descritas, es muy improbable que se acerque en el mediano plazo a los 20 millones de habitantes, como alguna vez se pensó, por lo menos en la zona que comprenden el Distrito Federal y los municipios conurbados". (sic. http://www.mexicocity.com.mx/crecer.html)

ASPECTO	CIFRAS
Superficie total del Distrito Federal	**149,524 ha**
Suelo urbano	**61,082 ha**
Suelo de conservación*	**88,442 ha**
Zona de recarga natural de los mantos acuíferos o suelo de conservación	59.1% del territorio del Distrito Federal [a]
Área de recarga del Ajusco, de la Sierra de Guadalupe y de la Sierra de Chichinautzin	1 825 km² [a]
*Se sitúa en el eje neovolcánico transversal, una de las zonas del país con mayor concentración de especies endémicas	
Extracción de agua en esta área de recarga	923 millones de m³ [a]
Agua que provee para el consumo de la ciudad	57% [a]
Capacidad de captura de carbono	90 ton/ha
Riqueza biológica mundial que alberga	2%
Riqueza biológica nacional que alberga	11%

Especies de flora y fauna silvestres	1,800
Superficie forestal que se pierde cada año	495 ha
Con dicha pérdida forestal: • Se deja de captar **oxígeno para 4,000 personas** • Disminuye la capacidad de amortiguar la **contaminación** que producen **3,465 autos al año**	
Superficie perdida de 2000 a 2001 por asentamientos irregulares	213 ha
Por cada cien hectáreas de suelo de conservación que se urbanizan**, se pierde el consumo de agua de 2,400 viviendas al año**	
Fuentes:	
Secretaría del Medio Ambiente, Comisión de Recursos Naturales y Desarrollo Rural, Dirección Ejecutiva de Ordenamiento Ecológico	
ª Delegación Tlalpan (http://www.tlalpan.df.gob.mx/) *Ver: Gaceta territorio ambiental, Año 1, núm. 1, nov. 2003.* *http://www.paot.org.mx/gaceta/numero01/index.html*	

DIVISIÓN MUNICIPAL
1. Azcapotzalco 2. Coyoacán 3. Cuajimalpa de Morelos

4. Gustavo A. Madero
5. Iztacalco
6. Iztapalapa
7. Magdalena Contreras, La
8. Milpa Alta
9. Alvaro Obregón
10. Tláhuac
11. Tlalpan
12. Xochimilco
13. Benito Juárez
14. Cuauhtémoc
15. Miguel Hidalgo
16. Venustiano Carranza

(Fuente: http://www.cuentocontigo.gob.mx/secciones/secconomex/estados/mapas_municipios_pdf/DF_MUN.pdf)

3. Signos arquitectónicos premodernos, modernos, posmodernos y emergentes

En el Distrito Federal encontramos cuatro tipos de signos arquitectónicas que ordenamos aquí históricamente, de acuerdo a cuatro matrices espacio-temporales, a las que corresponde cada uno de los cuatro tipos de signos y que se integran en un paisaje ecléctico contemporáneo.

Más adelante describimos brevemente las cualidades de cada una de estas matrices espacio-temporales en un modelo semiótico de tipo sintáctico y descriptivo, en las que se inscriben dichos signos arquitectónicos.

3.1. Signos arquitectónicos premodernos

En la Ciudad de México encontramos signos arquitectónicos premodernos que corresponden a la época mexica (o azteca), y que fueron construidas entre el año 800 y 300 a.C., período denominado

Preclásico, y el período que va de 900 a 1521 denominado Postclásico, que aquí enmarcamos en lo "premoderno". De acuerdo con Pazos, hay divergencias entre los historiadores en cuanto a las fechas y divisiones, "algunos agregan un período prehistórico antes del preclásico, otros hablan del clásico tardío dentro del clásico y algunos añaden el horizonte histórico después del preclásico". (Pazos, Luis, 1993, p.19)

Cronotopo 1. Territorio/cíclo: Los signos arquitectónicos premodernos, se inscriben como acontecimientos en una matriz espacio-temporal de **"necesidad"** territorial y cíclica. Delimitamos las más relevantes en la ciudad, que además simbolizan claramente la arquitectura histórica fundacional y las relaciones poéticas de los signos arquitectónicos en la ciudad, son:

a. Cuicuilco (800 a.C.-300 a.C. / Preclásico)
b. Templo Mayor (1300-1521 d.C./ Postclásico)
c. Tlatelolco (1338 d.C/ Postclásico)

3.2. Signos arquitectónicos modernos

Entendemos por modernos, los signos arquitectónicos herederos del Renacimiento y que llegan a la Ciudad de México después de 1500, instaurando estilísticas y concepciones espaciales que corresponden a todo un movimiento de pensamiento denominado moderno.

Cronotopo 2. Espacio abstracto/tiempo lineal: Los signos arquitectónicos modernos, se inscriben en una matriz espacio-temporal de **"posibilidad"** en donde la concepción espacial es abstracta y el temporalidad es conceptualmente lineal.

d. Catedral de México. Arq. Claudio de Arciniega (1573)
e. Iglesia de Santiago Tlatelolco (1609)
f. Palacio de Bellas Artes (1904-1934)

3.3. Signos arquitectónicos posmodernos

Los signos arquitectónicos posmodernos, son concebidos aquí como aquellos construidos durante la segunda mitad del siglo XX, y cuya característica principal es su eclecticismo formal, con un alto índice de funcionalidad en su propósito, realizando fuertes antagonismos y fusiones arquitectónicas en relación a su entorno.

Cronotopo 3. Espacio utópico/tiempo ucrónico: Los signos arquitectónicos posmodernos se inscriben en una conceptualización que los origina, específica, y el marco de una matriz espacio-temporal de **"imposibilidad"** ucrónica y utópica.

g. **Conjunto Habitacional Nonoalco - Tlatelolco. Plaza De las Tres Culturas. Arq. Mario Pani** (1962-1964)

h. **Complejo Santa Fe** (1990-2004):

   1. **Corporativo Arcos Bosques, Santa Fe, Ciudad de México. Arq. Teodoro González de León** (1990-1996)
   2. **Corporativo Calakmul, Santa Fe, Ciudad de México.Arq. Agustín Hernández. Edificio Inteligente. Alta Tecnología arquitectónica.** (1994-1997).

i. **Centros Comerciales:**

   -Centro comercial Perisur. Arq. Sordo Madaleno (1982)

   - Centro Comercial Santa Fe (1993),

j. **Viviendas hiper-aglomeradas Cujimalpa** (1970-2000)

3.4. Signos arquitectónicos emergentes

Entendemos por signos arquitectónicos emergentes, aquellos que surgen de evolución contemporánea de la Ciudad de México y que la caracterizan actualmente.

Cronotopo 4. espacio sitio/tiempo momento: Los signos de este orden emergente del espacio urbano, se insertan en una matriz espacio-temporal de **"contingencia"** en donde el lugar es el "sitio" y el tiempo es el "momento".

k. Segundos pisos del Periférico y Viaducto (2003)

l. Distribuidor Vial San Antonio (2002).

3.5. Signos urbanos como constantes de aglomeración en la Ciudad de México

Identificamos dos constantes de aglomeración dominantes contemporáneas (año 2004) en la Ciudad de México. Son signos arquitectónicos que propician la transitoriedad espacio-temporal, y aparecen igualmente como signos de *intersección* y vinculación del uso del espacio urbano en la Ciudad de México. Igualmente son los signos que revelan el hacinamiento, la sobrepoblación urbana, la saturación de signos/objetos en el espacio de la Ciudad y la falta de planeación urbanística de la cual son origen. Igualmente, estos signos constantes de aglomeración, construyen una poética entendida como el desvío del orden urbano que propiciado entre los diferentes tipos de signos.

Cronotopo 4. Espacio sitio/tiempo momento: También observamos que los signos de aglomeración constante corresponden a una matriz espacio-temporal de **"contingencia"** en donde el lugar es el "sitio" y el tiempo es el "momento". Tales signos son:

m. **Tránsito vehicular. Circulan más de 3 millones de automóviles circulan diaramente** (2004)
n. **Mercados ambulantes. 50 mercados "tianguis" diarios. Y 5,000 vendedores ambulantes en el la Zona Metropolitana de la Ciudad de México** (2004)

4. Cronotopos o matrices espacio-temporales de los signos arquitectónicos: Ciudad de México

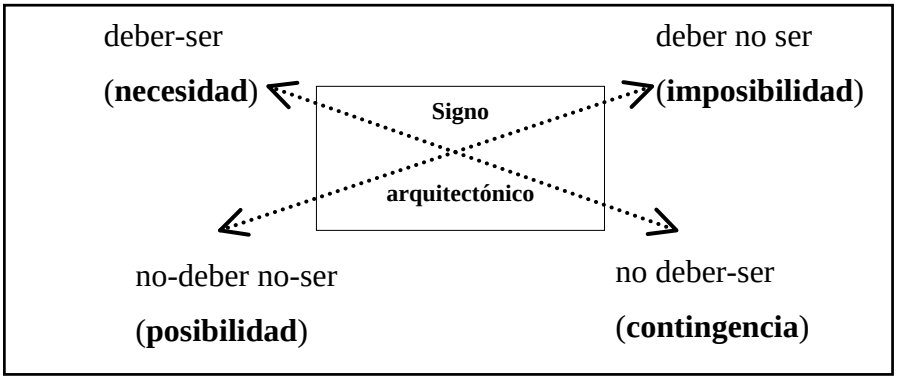
Cuando hablamos de matrices espacio-temporales de los signos arquitectónicos, nos referimos a los **cronotopos** en los que se inscriben dichos signos/objetos como forma de representación, como acontecimiento y como construcción espacial urbana. Dichas matrices condicionan al sujeto a relacionarse con el espacio de una o de otra forma.

Para el presente análisis hemos retomado las modalidades aléticas propuestas en el cuadro semiótico dado por Greimas y Courtés, y trabajado posteriormente por Gonzalo Abril para describirlo en términos de categorías espacio-temporales o cronotopos. Lo que hacemos aquí es una aplicación específica del cuadro al análisis histórico de los signos arquitectónicos como orden del espacio en la Ciudad de México, para establecer sus relaciones dialógicas y poéticas. En el presente

apartado seguiremos el análisis puntual de Abril, que elabora para describir los fenómenos de información, representación y discurso contemporáneos. (Abril, 1997, p. 177-185) (4) (5)

Lo primero será describir el cuadro de relaciones espacio-temporales o cronotopos, en el marco de las modalidades aléticas o categorías modales aléticas (semióticas), y más adelante el avance analítico que le hemos dado:

El cuadro semiótico de Greimas y Courtés que utilizamos, parte de la estructura modal del deber-ser (ser/estar), de lo que se infieren las categorías (lógicas) modales siguientes:



1. Cuadro semiótico de modalidades aléticas, (Greimas y Courtés, 1982: 31).

Las modalidades aléticas son modalidades lógicas, que relativizan el concepto de verdad, es decir, plantean la verdad como una modalidad lógica, no absoluta Con este cuadro semiótico inicial tenemos ya la base teórica a partir de la cual podemos insertar cronotopos, así como matrices espacio-temporales (históricas) para describir el comportamiento y características propias del signo arquitectónico.

Los signos arquitectónicos, se construyen en matrices espacio-temporales como representaciones (o acontecimientos) incorporados a **escenarios espaciales y a contextos temporales** en virtud de los cuales, como apunta Abril, adquieren sentidos particulares. Esos escenarios espacio-temporales o ***cronotopos***, expresión utilizada por M. Bajtin, expresan además, la existencia de matrices culturales heterogéneas y complementarias (premodernidad, modernidad, posmodernidad) en el decurso de los signos arquitectónicos y en sus relaciones. El presente análisis trata al signo arquitectónico, como signo objeto y como representaciones histórico-culturales del espacio-tiempo. (Abril, 1997, p. 181).

Los cronotopos surgen del cuadro semiótico de Greimas y Courtés, y son inferidos por analogía del cuadro de modalidades aléticas arriba expuesto, en el que se articulan (1) necesidad, cronotopo 1; (2) la posibilidad, cronotopo 2; (3) la imposibilidad, cronotopo 3; y (4) la contingencia, cronotopo 4.

Así, cada uno de ellos deriva de proyectar sobre el signo espacio-temporal, la categoría alética correspondiente. De tal modo la noción de momento/ sitio (4) es análoga a la de un tiempo/espacio "contingente", la de tiempo cíclico/territorio (1) a la de un tiempo/espacio "necesario", la de un tiempo lineal/abstracto (2) a la de un tiempo/espacio de "posibilidad", y finalemente la noción tiempo ucrónico/espacio utópico (3) a la de un tiempo/espacio de "imposibilidad".

Además dichos cronotopos derivan en las matrices espacio-temporales que se describen como premodernas, modernas, posmodernas y emergentes, que responden a nociones de tipo cultural e histórica.

a) Cronotopo 1. Territorio/cíclo: Corresponde a una matriz espacio-temporal de "necesidad" premoderna. Los signos arquitectónicos responden en la concepción de un tiempo ritual, festivo, mitológico, cíclico. Y el espacio responde a la noción de territorio, el espacio cualitativo de la comunidad premoderna, al espacio experiencial de la vida cotidiana. Como apunta Abril, el territorio se construye en contextos prácticos, experienciales y de interpersonal. Este tipo de espacio es irreductible a descripciones abstractas o descontextualizadas, así como difícil de incorporar modificaciones históricas del espacio, las tradiciones locales pueden conservar la memoria histórica de las referencias espaciales de dichos signos arquitectónicos. Esta noción de territorio, hace referencia a signos/objetos como representaciones de territorios ecológicos, geográfico-productivos, simbólicos, rituales y míticos. El territorio tradicional se define por marcas simbólico-rituales y por narraciones en las que se ha depositado una memoria colectiva. La relación de los sujetos con el espacio se caracteriza por experiencias directas y por vinculaciones afectivas. Los signos arquitectónicos premodernos de la Ciudad de México, corresponden a los templos religiosos y ciudades mexicas o aztecas, y se describen de manera simbólica y ritual. (Abril, 1997, p. 177)

a) **Cronotopo 2. Espacio abstracto/tiempo lineal:** Corresponde a una matriz moderno ilustrada o histórico formal. Tiempo histórico que organiza los acontecimientos cronológicamente. El

espacio moderno es un espacio abstracto y formal, de posible representación en mapa o croquis. Los espacios político-administrativos como municipios, departamentos o delegaciones en el caso de la Ciudad de México, son marcos de definición en el espacio moderno. La matriz moderno ilustrada, dejó su huella histórica en toda la arquitectura llamada "colonial" que en la Ciudad de México inicia después de la Conquista de México, hacia 1500 d.C.

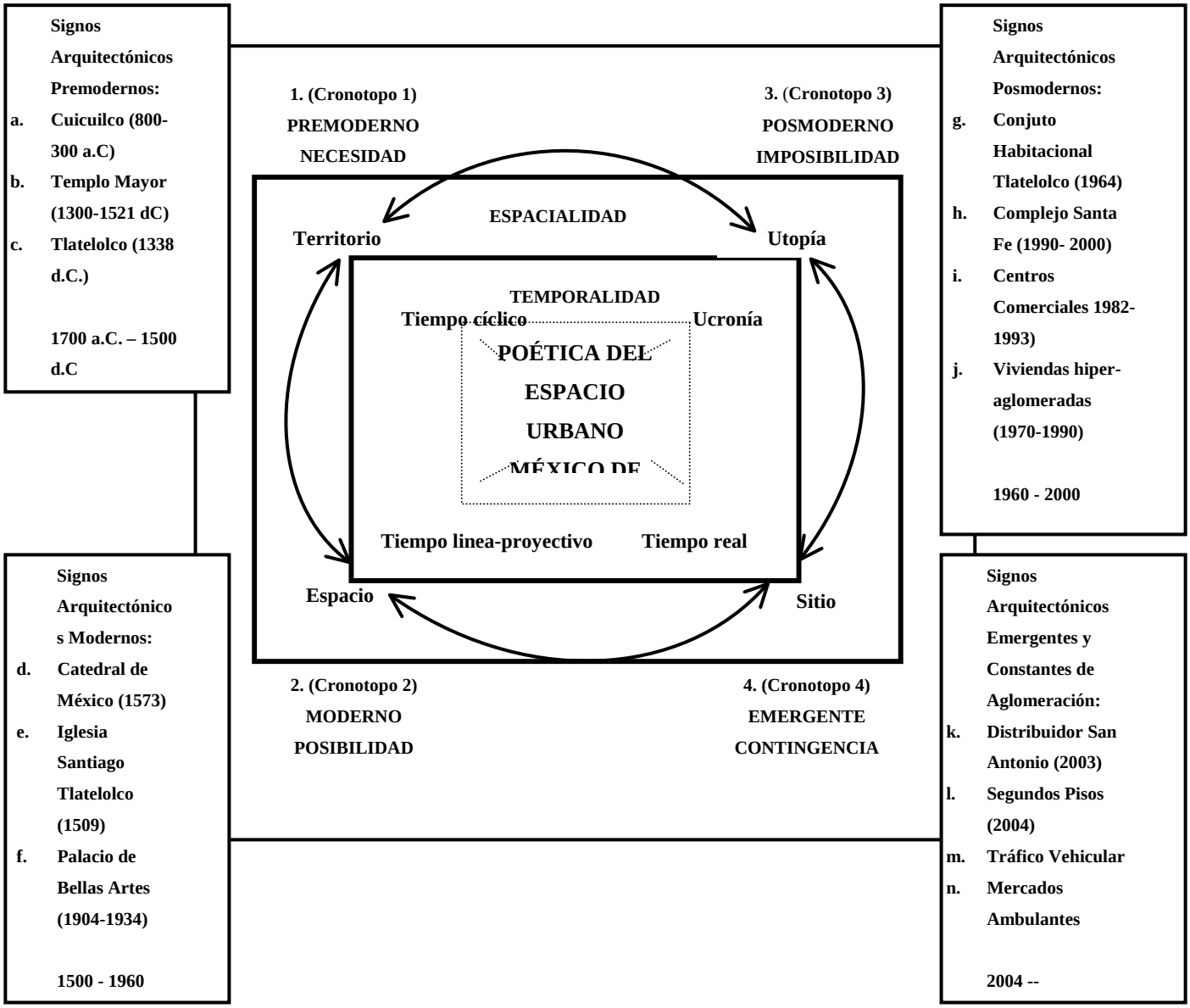
b) **Cronotopo 3. Espacio utópico/tiempo ucrónico**: Corresponde a una matriz espacio/temporal posmoderna, caracterizada por el eclecticismo y la heterogeneidad de signos/objetos arquitectónicos en un mismo espacio urbano. La ucronía produce un efecto de diacronismo e hipercronismo, que no corresponden a una representación única u homogénea. Dicha matriz espacio-temporal, en la que se construyen los signos arquitectónicos posmodernos supone una fractura, superposición, simultaneidades anacrónicas, mezcla e inversión espacio-temporal histórica. Así encontramos edificios funcionalistas herederos de la arquitectura Bauhaus construidos junto a un templo de concepción moderno-ilustrada (La Iglesia de Santiago Tlatelolco (1609), al lado de un templo mexica (Tlatelolco 1338 d.C.) de matriz premoderna, todo unido en el Conjunto Habitacional Tlatelolco o Plaza de las Tres Culturas (1962-1964), próxima al centro de la Ciudad de México.

Igualmente encontramos los desarrollos urbanísticos como Santa Fe o también llamado Lomas de Vista Hermosa, en el que se construyen edificios "inteligentes", para grandes corporativos empresariales y financieros, de fachada reflectante que producen un efecto de "invisiblidad". También inscibimos en esta matriz posmoderna a los Centros Comerciales o Mall´s, como Centro Comercial Santa Fe en la misma zona, y Perisur al sur de la Ciudad de México, lugares autorreferenciales, descontextualizados, que incluso puede proponer ficciones transtemporales, y propuestas espaciales cerradas que no remiten a un mundo externo, en un entorno espacial autocontenido, desgajado del exterior, también llamado "hiperespacio" por F. Jameson. (Murdock, 1993:331 citado en Abril, 1997, p. 179).

d) **Cronotopo 4. espacio sitio/tiempo momento:** Corresponde a una matriz espacio-temporal emergente, de prácticas culturales mediáticas, así como los llamados espacios "efímeros". Inscribimos en esta matriz la polémica denominación de Marc Auge de los "no lugares", es decir, lugares de tránsito experiencialmente ubicuos: "La ubicación en un no-lugar es como "la presencia de la ausencia" en el viaje cognitivo dialógico o perceptible.

Por “momento” se entiende la instantaneidad, el “tiempo real”, el “instante continuo”. Por “sitio” se entiende al “lugar móvil” y no anclado territorialmente. Alude igualmente al carácter posicional de la ubicación del sujeto en el espacio. Aquellos signos arquitectónicos creados para el acontecer de estos actos de contingencia, como los grandes puentes elevados que literalmente “emergen” en la Ciudad de México, llamados Distriubuidor Vial San Antonio y Segundos Pisos del Periférico (2004). Incluímos en esta matriz emergente, las nociones espaciales relacionadas con el ciberespacio, dataespacio y espacio telemático. Del mismo modo inscribimos aquí las constantes de aglomeración de la Ciudad de México que cobran un carácter transitorio aunque “cíclico”, ellas son el tráfico vehicular y la instalación de mercados ambulantes. La vida en el automóvil, lugar literal de tránsito, participa de la contingencia espacio-temporal y es una constante definitoria de la experiencia del espacio y signo de aglomeración recurrente en la Ciudad de México. Circulan más de 3 millones de automóviles diariamente. Se estima que en las horas de más denso tráfico los vehículos avanzan por las principales arterias de la ciudad de México a una velocidad de 13 y 20 kilómetros por hora. Y se instalan temporalmente (por día) 50 mercados ambulantes o tianguis diariamente y aproximadamente 5,000 vendedores ambulantes en el la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (2004).

En seguida un modelo de las matrices espacio-temporales o cronotopos, en los que se inscriben los diversos signos arquitectónicos.



2. MODELO SINTAGMÁTICO DE MATRICES ESPACIO-TEMPORALES Y CIRCUITO DEL SIGNO ARQUITECTÓNICO QUE DESCRIBE LA POÉTICA DEL ESPACIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO CONTEMPORÁNEO (2004).

5. Signos arquitectónicos premodernos, modernos, posmodernos y emergentes en imágenes

5.1. Signos arquitectónicos premodernos

a. Cuicuilco (800 a.C.-300 a.C./ Preclásico)

b. Templo Mayor (1300-1521 d.C.)

c. Tlatelolco (1338 d.C)

5.2. Signos arquitectónicos modernos

d. Catedral de México (1573)

e. Iglesia de Santiago Tlatelolco (1609)

f. Palacio de Bellas Artes (1904-1934)

5.3. Signos arquitectónicos posmodernos

g. Plaza de las Tres Culturas: Conjunto Habitacional Nonoalco -Tlatelolco (1962-1964)

h. Complejo Santa Fe (1990-2004):

1. Corporativo Arcos Bosques, Santa Fe, Ciudad de México.
Arq. Teodoro González de León (1990-1996)

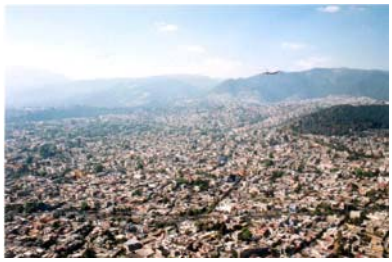
2. Corporativo Calakmul, Santa Fe, Ciudad de México.Arq. Agustín Hernández. Edificio Inteligente. Alta Tecnología arquitectónica. (1994- 1997).

i. Centros Comerciales:

-Centro comercial Perisur. Arq. Sordo Madaleno (1982)

- Centro Comercial Santa Fe (1993)

j. Viviendas hiper-aglomeradas Cujimalpa (1970-2000)



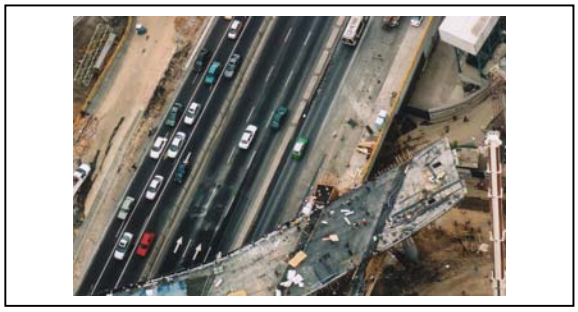
© Fotos: Ulises Castellanos

5.4. Signos arquitectónicos emergentes

k. Segundos pisos del Periférico y Viaducto (2003)

© Fotos: Jacob Bañuelos

l. Distribuidor Vial San Antonio (2002)



© Fotos: Ulises Castellanos

5.5. Signos urbanos como constantes de aglomeración

m. Tránsito vehicular. Más de 3 millones de automóviles circulan diaramente (2004)

© Ulises Castellanos

n. Mercados ambulantes. 50 mercados "tianguis" diarios. Y 5,000 vendedores ambulantes en el la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (2004)

6. Consideraciones presentes y futuras

Los signos arquitectónicos del espacio en la Ciudad de México marcan un tránsito histórico que atraviesa desde la premodernidad mexica o azteca (preclásica y postclásica), la modernidad ilustrada heredada del Renacimiento, la posmodernidad heterogénea desde la posguerra (s XX) y las modificaciones emergentes contemporáneas (2004 – s.XXI). Este tránsito histórico marca igualmente relaciones poéticas de tipo dialógico entre los signos arquitectónicos que interaccionan espacial, histórica y culturalmente, sobre todo en la experiencia del sujeto del espacio, el ciudadano.

La poética dialógica del espacio urbano en la Ciudad de México produce una clara *estética de la intersección* de signos arquitectónicos como orden del espacio y de prácticas culturales del uso del mismo. Vemos así una ciudad aglomerada llena de mercados ambulantes también llamados

"tianguis", que rompen el orden de una ciudad con exigencias modernas. A esta con-fusión del uso del espacio, entre prácticas premodernas como el mercado ambulante y las construcciones modernas la denominamos posmoderna, incluso como una afirmación de la modernidad. No estamos casados con los conceptos. Nuestra intención es describir la compleja trama de relaciones que presentan los signos arquitectónicos como orden/desorden del espacio urbano en la Ciudad de México, describir sus relaciones poéticas y sus constantes de aglomeración.

El modelo semiótico que aquí presentamos intenta realizar una descripción de signos arquitectónicos clasificados históricamente, inscritos en cronotopos o matrices espacio-temporales que a su vez, corresponden a categorías sociológicas y culturales, como son la premodernizad, modernidad, la posmodernidad y la matriz emergente que delimitamos aquí como parte de los fenómenos de cambio emergente en la sociedad contemporánea.

El Complejo Santa Fe, representa el desarrollo arquitectónico y urbanístico ultra-moderno, en donde se construyen edificios inteligentes (Edificio Calakmul, 1994-1997), centros comerciales y financieros, grandes corporativos empresariales (Corporativo Arcos Bosques, 1990-1996) y que en contraste con el "viejo" Santa Fe, Cuajimalpa, zona de casas populares sin planificación con la que colinda, aparece como una expresión más alta y clara de signos arquitectónicos posmodernos, heterogéneos y contrastantes de la Ciudad de México.

Cabe señalar que las prácticas y los acondicionamientos arquitectónicos dispuestos para la vida telemática y el funcionamiento del ciberespacio han quedado dentro de la matriz de contingencia, es decir, dentro de la matriz sitio-momento emergente. Los signos emergentes de esta matriz serían las antenas parabólicas y nodos que construyen dicho espacio telemático, así como todos los puestos informacionales o informáticos que se construyen para las prácticas del uso del ciberespacio: kioskos de internet, cibercafés, y frecuentemente lugares transitorios como puestos informáticos de internet.

Vemos el espacio urbano de la Ciudad de México como un modelo de relaciones dialógicas de oposición de las cuales surgen nuevos significados, nuevos signos y usos nuevos espaciales. La Ciudad de México es una mega-ciudad, resultado de una suma histórica de pueblos pequeños que se incorporaron progresivamente y sin planificación a la gran masa urbana que es hoy. Por ello, muchos municipios conservan todavía estructuras urbanas moderno-ilustradas, como la estructura del zocalo, iglesia, ayuntamiento, mercado. Así como las estructuras de las prácticas culturales tradicionales de tipo religioso o pagano.

Una práctica imperante en la Ciudad de México es la venta ambulante y la instalación cíclica por un día de mercados ambulantes en diversas zonas de la ciudad. Esto convierte por momentos a la

ciudad en una especie de gran mercado, en donde se puede comprar en vías públicas, en calles vehiculares e incluso en vías de alta velocidad. Esta experiencia del uso tradicional del mercado en medio de la gran ciudad moderna, marca una desviación poética más de esta gran Ciudad.

A pesar de los mercados ambulantes y tianguis del D.F., la práctica de caminar en la ciudad choca progresivamente con las dimensiones y estructura que la misma proporciona al ciudadano, atrapado en una red de tráfico vehicular y en la insuficiencia del transporte público. Caminar choca con el proyecto moderno planteado en la Ciudad de México, a pesar de las plazas históricas coloniales que todavía conservan su espíritu como Coyoacán, la Alameda, el Zócalo, y el centro de Tlalpan, convertidos igualmente en mercados o tianguis y que los fines de semana participan del efecto de saturación y aglomeración constantes de la ciudad.

El significado del espacio depende del sujeto que lo experimenta, es simbólico, cultural y funcional. Cada ciudadano hace de la ciudad una lectura diferente. La semántica del espacio en la Ciudad de México es una compleja trama de referencias históricas, biográficas y emocionales. Interpretamos los cronotopos como matrices culturales que dan sentido semántico histórico a las concepciones que han dado y dan origen a los signos arquitectónicos de la Ciudad. Esto será un trabajo que invitamos a abordar en colaboración.

El diálogo poético espacial en la Ciudad de México, efectivamente hace, como apunta Yates, que los conceptos históricos de distancia, medida o escala se relativicen y transformen. Y la historia, la cultura y la ficción entran en un campo dinámico de experiencias diversas en marco de la Ciudad. Remarcamos que los espacios son siempre culturales y simbólicos. Por lo que queda pendiente una profundización en el análisis de los valores simbólicos y culturales de los signos arquitectónicos del espacio en la Ciudad.

Siguiendo a Yates, la transformación del significado del espacio indica un cambio fundamental en la cultura. En la Ciudad de México, el colapso es el resultado final intermitente de la aglomeración espacial. En algún momento hemos guardado la esperanza de que en medio del caos se conserve el orden. Echamos la mirada hacia el futuro de la Ciudad de México y la mayoría de nosotros tiene una visión apocalíptica. Sin embargo, han pasado ya casi 40 años de este próximo Apocalipsis y todavía aguanta un poco más el espacio de la Ciudad antes de colapsarse del todo. ¿Cuántos años más aguantará?

Nuestro estudio final, pretende crear un modelo semiótico descriptivo que enuncie las problemáticas constantes y relevantes de la Ciudad de México, con el fin de comprender, visualizar y

conceptulizar la solución de problemáticas que tienden a convertir a la Ciudad en un espacio inhabitable, para lo que esto es sólo un apunte inicial.

La Ciudad de México es "plana", extensa y superpoblada, es resultado de la negación a planificar y ordenar ecológicamente el espacio, está rodeada por un sistema orográfico y en su origen era un lago y una suma de isletas, más parecido a las ciudades holandesas y Países Bajos, en donde sí se han conservado los canales que articulan las ciudades.

Actualmente la Ciudad de México se extiende ya hacia las montañas que la rodean. Al carecer de más espacio, se han comenzado a construir grandes rascacielos y es previsible que esta sea la tendencia en un futuro. Sin olvidar, que históricamente la ciudad está ubicada en una zona sismológica y que su recarga natural de mantos acuíferos es del 59.1%, lo que ha impedido durante mucho tiempo realizar grandes elevaciones arquitectónicas, y que gracias a los avances en ingeniería y arquitectura estos impedimentos se han ido dejando atrás.

Quede así el presente análisis como un apunte teórico a desarrollar más profundamente en el futuro cercano. Nuestra experiencia de aglomeración cotidiana en la Ciudad de México no deja de ir acompañada de una grata mezcla de relaciones poéticas que de lugar en lugar nos recuerdan que todavía es un espacio humano y habitable. Nuestro deseo: que la emergencia contemporánea sea sustentable para conservar y aliviar los graves problemas de hacinamiento, desigualdad socioeconómica, hiper-aglomeración de población, vivienda, tráfico, colapso y saturación del espacio a la que llega la Ciudad de México en los albores de este s. XXI.

Jacob Bañuelos Capistrán.

Todas las fotografías aéreas de esta investigación son autoría de Ulises Castellanos, Editor Jefe Fotografía, Revista *Proceso*, México D.F, a quien damos un agradecimiento especial por brindar este valioso material fotográfico. El resto del material fotográfico ha sido realizado por el autor de esta investigación, Jacob Bañuelos.

NOTAS

1. Yates, S. (2002: 20).
2. Paz. O. (1986:108)
3. Beristain H. (2001: 233)

4. Greimas y Courtés (1973: 153-171).
5. Abril (1997: 181).

BIBLIOGRAFÍA

ABRIL, G., 1997: *Teoría general de la información*, Madrid, Cátedra.

ABBAGNANO, N., 1986: *Diccionario de filosofía*, México, FCE.

BAJTIN. M., 1989: *Teoría y estética de la novela*, Madrid, Taurus.

BERISTAIN, H., 1992: *Diccionario de poética y retórica*, México, Porrúa.

BETTETINI, G. y COLOMBO, 1995: *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Barcelona, Paidós.

DE LAS HERAS, R., 1991: *Navegar por la información*, Madrid, Fundesco. Se han retomado sólo algunos elementos de cuadro propuesto por De las Heras, ya que el autor propone un cuadro de soportes de información más amplio.

GREIMAS A.J.; COURTES, J. , 1982: *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos.

JANOKOVSKI, N.W. (eds.), 1993: en *Teoría general de la información*, Madrid, Cátedra, **(**págs. 211-228), citado por Abril, G. (1997, p. 171),

LÉVY, P. , 1998: *¿Qué es lo virtual?*, Barcelona, Paidós.

PAZOS, L., 2001: *Historia sinóptica de México. De los olmecas a Fox*, México, Diana.

PAZ, O., **1986:** *El arco y la lira*, 1ª ed. México, FCE.

SHUDSON, M., 1993: "Enfoques históricos a los estudios de la comunicación, en Jensen, K.B.

TAMAYO, Sergio. WILDNER, K., 2000: *Lugares de globalización: una comprensión arquitectónica y etnográfica de la Ciudad de México.* http://www.memoria.com.mx/156/Tamayo.htm

YATES, S., 2002: *Poéticas del espacio: antología crítica sobre fotografía*, Barcelona, Gustavo Gili.

WARD, Peter., 1991. *México megaciudad: desarrollo y políica*, México, Porrúa-El Colegio Mexiquense.

Referencias en Internet

Cronología de México. Historia. http://www.arts-history.mx/cronos/1.html

http://www.mexicocity.com.mx/historia1.html#Fundaci—n

http://www.bancomext.gob.mx/esp/olivera.html
http://www.mexicocity.com.mx/crecer.html
http://www.cuentocontigo.gob.mx/secciones/secconomex/estados/mapas_municipios_pdf/DF_MUN.pdf

REFERENCIAS ADICIONALES RECOMENDADAS

Alarcón González, Sandra (2000), "El tianguis global", en Bueno, Carmen, Globalización: una cuestión antropológica, CIESAS, México.

Appadurai, A (Ed.) (1989), The social life of things: commodities in cultural pespective, Cambridge Press, New York.

Beauregard, Robert y Anne Haila (2000), "The unavoidable continuities of the City", en Marcuse, Peter y Ronald van Kempen (ed.) Globalizing Cities. A new spatial Order? Oxford, Blackwell Publishers.

Bueno Castellanos, Carmen (coord.) (2000), Globalización: una cuestión antropológica, CIESAS, México.

Celyk, Zeynel (1998), "Intersecciones culturales: reorientando la arquitectura y la ciudad en el siglo XX", en Richard Koshalek y Elizabeth A.T. Smith (comp.), A fin de siglo, cien años de arquitectura, México: El Antiguo Colegio de San Ildefonso y The Museum of Contemporary Art, Los Ángeles.

Coombe R.J. (1995), "The cultural life of things: globalization and anthropological approaches to commodification", American Journal for International Law Politics 10 (1).

De Certeau, M. (1996), La invención de lo cotidiano, I. Artes de hacer, Universidad Iberoamericana, Instituto Tecnológico y Estudios Superiores de Occidente y Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos, México.

Eade, John (Ed.) (1997), Living the global City, Globalization as a local process, Routledge Londo, New York.

Featherstone, Mike (1989), Undoing Culture, Globalizacion, Postmodernism and Identity, Routledge, London et.al.

García Canlini, Nestor (1989), "La desintegración de la ciudad de México y el debate sobre culturas urbanas", en García Canclini (coord.), De lo local a lo global, Perspectivas desde la antropología, UAM-I, México.

---- (1999/2000), La globalización imaginada, Editorial Paidós Mexicana, México.

Gottdiener, Marc (1995), Postmodern Semiotics, Material Culture a the Forms of Postmodern Life, Cambridge, Blackwell Publications.

Gupta, Akhil y Yames Ferguson (1992), "Beyond Culture: Space, Identity, and the Politics of Difference", en Cultural Anthropology 7: 6-23

Herzog, Lawrence (1999), From Aztec to High Tech. Arquitecture and Landscape across the México-United States Border, Balitmore, John Hopkins University Press.

Ingersoll, Richard (1996), Un reproche silencioso: observaciones sobre la arquitectura mexicana reciente,en Adriá, Miguel (Ed.) México 90´s - Arquitectura contemporánea, México.

Koolhaas, Rem y Bruce Mau (1989), S,M,L,XL, New York.

LCM - Laboratorio de la Ciudad de México (1999) ZMCM, México.

Maldonado, Julieta (1996) "Edificios Corporativos", en Enlace Jg. 6, N.10, Octubre.

MARCUS, George (1995), "Ethnography in/of the World System- The Emergence of Multi-Sited Ethnography", en Annual Review of Anthropology 24;.95-117

Marcuse, Peter y Ronald van Kempen (ed.) (2000), Globalizing Cities, A new spatial Order? Oxford, Blackwell Publishers.

Parnreiter, Christof (1998) La ciudad de México, ¿una ciudad global? en Anuario de Estudios urbanos, 1998, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, México.

--- (2000), "Mexico City: The Making of a Global City?" en Saskia Sassen (ed), Cities in Their Crossborder Networks, Tokyo, UNU-Press.

--- (2000b), "Globalization, Transformation and Urban Primacy: Towards More Balanced Systems of Cities? Lessons from Latin America with particular emphasis on Mexico", Paper en Conference of the International Geographical Union - The Commission on Urban Development and Urban Life, August 9 to 13, 2000 in Seoul, Korea.

Rogers, Aldair (1988), "The Ghetto and the Barrio: A Social Geography of Blacks and Latinos in Los Angeles", Oxford: unpublished PhD thesis, University of Oxford, 1988.

--- (1995) Cinco de Mayo and 15 January: Contrasting Situations in a Mixed Ethnic Neighbourhood, en Rogers, Alisdair/Vertovec, Steven (ed.) The Urban Context - Ethnicity, Social Networks and Situational Analysis, Oxford University Press, Oxford.

Sassen, Saskia (1991), The global City. New York, London, Tokyo, Princeton University Press, Princeton.

Tamayo, Sergio (2001), "Archipiélagos de la modernidad urbana, Arquitecturas de la globalización

en la Ciudad de México", en Anuarios de Espacios Urbanos, 2001, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, México.

--- (1999), Los veinte octubres mexicanos, Ciudadanías e identidades colectivas, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, México.

Terrazas, Oscar (2000), Centrality and Globalization in México City, Paper presentado en LASA, Conferencia, Miami, 2000.

Tomas, Francois (1994), "Estrategias socio-espaciales", en Revista Mexicana de Sociología, 4/94.

Vargas Cetina, Gabriela y Steffan Igor Ayora-Diaz (1994), "Introduction. Local Expresion of Global Culture: Four Case Studies from Mexico", en Urban Anthropology and Studies of Cultural System and World Economic Development. Vol.27, No. 2: 123-135.

Vargas Cetina, Gabriela (2000) "Cooperativas y Globalización, El movimiento cooperativo internacional localizado", en Bueno, Carmen, Globalización: una cuestión antropológica, CIESAS, México.

Wildner, Kathrin (1998), "El zócalo de la ciudad de México, un acercamiento metodológico a la etnografía de una plaza", en Anuario de Estudios Urbanos, 1998, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, México.

--- (2000) Zócalo - Etnografie eines Platzes in Mexiko Stadt, en Hengartner, **Thomas; Kokot, Waltraud y Wildner, Kathrin** (coord), Kulturwissenschaftliche Stadtforschung, Eine interdisziplinäre Bestandsaufnahme, Dietrich Reimer Verlag, Berlin.

CUADROS

1. ***Cuadro semiótico de modalidades aléticas, (Greimas y Courtés, 1982: 31)***
2. *MODELO SINTAGMÁTICO DE MATRICES ESPACIO-TEMPORALES Y CIRCUITO DEL SIGNO ARQUITECTÓNICO QUE DESCIRBE LA POÉTICA DEL ESPACIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO CONTEMPORÁNEO (2004).*

ANEXO

Templo Mayor. 1325 d.C. Fecha más aceptada para la fundación de México-Tenochtitlan.**Fundación de México-Tenochtitlan: la migración de los mexicas termina al llegar al islote donde identifican los símbolos de la tierra prometida, que correspondían además a la descripción del lugar de origen abandonado. El círculo de su historia se cierra y comienza una nueva era, la de sedentarización definitiva. Se ha argumentado que los mexicas escogieron el lugar deliberadamente por las ventajas que ofrecía, debido a su localización estratégica y su potencial de explotación lacustre. El lugar fue nombrado México-Tenochtitlan; capital azteca situada sobre un islote en la parte pantanosa del Lago de Tezcoco, en el Valle de México. La ciudad creció rápidamente en tamaño e importancia al ir los aztecas ganando supremacía en el centro de México. Tenochtitlan estaba dividida en cuatro distritos principales con el recinto ceremonial principal al centro. . (fuente: http://www.arts-history.mx/cronos/1.html)

Tlatelolco. Tlatelolco fue el centro comercial más importante del México prehispánico y lo que se sabe es que después de fundada Tenochtitlan (en 1325), Huitzilopochtli ordenó a los mexicas que se repartieran sobre los cuatro ámbitos del mundo, por lo que Tenochtitlan de acuerdo con la primera lámina del Códice Mendocino quedó dividida en 4 grandes sectores, cuyos nombres eran Cuepopan, Moyotlan, Zoquiapan y Atzacualco. Sin embargo una vez que quedó concertada la división de la ciudad, para el año 1337, un grupo que no se sentía conforme con los terrenos adjudicados decidió buscar otro sitio y se asentaron entre el lago y los carrizales, en una terraza (*tlatelli*) o un *xaltilolli*, punto "arenoso" palabras de las cuales proviene el nombre de Tlatelolco con el que se identificaron. Otras fuentes dicen que los tlatelolcas llegaron directamente a fundar ese sitio, sin haber estado antes en Tenochtitlan. Independientemente de que Tlatelolco haya sido fundado antes o después de Tenochtitlan, ambos nacen y comparten el mismo destino. Los tenochcas o mexicas controlaron el poder ideológico, político y económico; los tlatelolcas dirigieron el comercio. En 1428 luego de la liberación del señorío de Azcapotzalco, los mexicas se reorganizaron para trasladar el mercado de Tenochtitlan a Tlatelolco, ello originó el tianguis más importante del México prehispánico. Los mexicas, aun después de dividirse el poder, continuaron con sus diferencias, las cuales culminaron en una guerra en 1473. Axayacatl, gobernante tenochca, subordinó al pueblo tlatelolca. En 1515 Cuauhtémoc fue elegido gobernante de Tlatelolco. A la llegada de los conquistadores españoles, Moctezuma Xocoyotzin gobernaba Tenochtitlan; tras la muerte de éste, los mexicas eligieron a Cuauhtémoc señor de las dos ciudades y combatió contra los hispanos hasta que fue sitiado en esa ciudad, cuyos habitantes resistieron durante 80 días, al final de éstos Cuauhtémoc cayó prisionero. El

13 de agosto de 1521 fue finalmente capturado por Diego de Holguín. La caída de Tlatelolco marcó el fin del más importante Imperio mesoamericano. La colaboración de los pueblos hasta entonces sometidos a la hegemonía azteca facilitó la expansión de la empresa conquistadora. Enseguida se muestra la placa que conmemora la caída de Tlatelolco en la explanada de la actual Plaza de las tres Culturas

(***Fuente:*** *Miniguía editada por el* INAH)

Cuicuilco. *ca. 1700 a.C. La región en donde posteriormente florecería la ciudad de Cuicuilco, para estos años, estaba conformada por pequeños conglomerados humanos, que poco a poco se fueron transformando en aldeas de chozas, agrupadas alrededor de un centro religioso. Al hacerse más compleja la sociedad, la casta sacerdotal logró integrar un gobierno teocrático, con una religión oficial que necesitaba grandes centros ceremoniales que sirvieran tanto para la celebración de las festividades como para congregar a la población dispersa en áreas rurales. Así, los minúsculos recintos rituales aumentaron su tamaño hasta conformar una verdadera unidad religiosa con arquitectura monumental. Cuicuilco: se localiza al suroeste del Valle de México. Hacia el 300 a.C. se conforma casi como centro urbano debido a su crecimiento tanto poblacional como constructivo, aun así, poco después fue eclipsado por Teotihucán y empezó a decaer. Por otra parte se cree que su decadencia fue una consecuencia directa de las erupciones volcánicas que cubrieron con lava las tierras agrícolas cercanas. *ca. 800 a.C. Cuicuilco presenta un crecimiento en tamaño y población.. *300 a.C. Para esta fecha es probable que Cuicuilco fuera el centro más grande en el Valle de México. *200 al 100 a.C. Decadencia de Cuicuilco. *100 a.C. Desaparición catastrófica de Cuicuilco. (fuente: http://www.arts-history.mx/cronos/1.html)

En opinión de Zelia Nuttall, significa: “Lugar donde se hacen cantos y danzas”. El sitio se ubica en el suroeste de la cuenca de México en un antiguo delta del río formado por las corrientes que bajaban del Zacatépetl y el actual bosque de Tlalpan. Se afirma que el desarrollo del lugar, desde época temprana, se debe a su posición estratégica, ya que el occidente de la cuenca se conecta con la entrada al valle de Toluca. Asimismo, se considera que el declive de Cuicuilco se generó entre 100 a.C.-1 d.C., y aunque hubo una ligera recuperación durante 1-150 d.C., la presencia de deidades del fuego, y ceniza volcánica en los pisos, sugiere fuerte actividad volcánica en la cuenca de México. No obstante el abandono de Cuicuilco como gran centro ceremonial, se continuó haciendo ofrendas hasta el momento en que la localidad fue cubierta por las lavas del Xitle, lo que ocurrió alrededor del año 400 después de Cristo. Desde principios de este siglo El Pedregal fue un lugar atractivo para definir las culturas antecesoras a las formaciones socioeconómicas teotihuacana y mexica en la

cuenca de México. Las investigaciones en Cuicuilco B demostraron que el desarrollo del sitio es producto de una dinámica interna. Bajo esta perspectiva, aunque el lugar era productor, hacia 600-200 a.C., de una nueva tradición cerámica, también es evidente que el paisaje había sido configurado por la sucesión de varias generaciones. La periodificación establecida para Cuicuilco debe considerarse tentativa. De acuerdo con ésta, la ocupación más antigua se remonta hasta el 1200 a.C., en la cuenca hubo una serie de aldeas de agricultores cuya configuración y distribución en el espacio es similar. Hacia 1000-800 a.C. aparecen plataformas de tierra cónico-truncadas con planta ovalada. Los especialistas llaman a estos sitios cabeceras regionales; es decir, eran de mayor jerarquía y funcionaban como centros de integración, lo que resulta en la formación de cabeceras regionales mayores. Si la enorme pirámide de Cuicuilco es expresión de este incremento, entonces ello significa que este nivel de desarrollo se alcanzó entre 800-600 a.C., ya que es la fecha en que se construyó. En caso de ser cierto, el carácter protourbano, característico de este nivel, podría haberse extendido, también, por el Preclásico Tardío hasta el debilitamiento de Cuicuilco entre 100 a.C. y 1 d.C. En este momento comenzó el desarrollo de Teotihuacan, que en el Clásico fue un centro urbano muy importante. (http://www.cnca.gob.mx/cnca/inah/zonarq/cuicuilco.html recuperado el 20/06/05)

Catedral de México. Construida bajo un solar de una primitiva iglesia edificada por Henrán Cortés (y esta a su vez sobre un templo Azteca) fue proyectada por el arquitecto español Claudio de Arciniega en 1573, maestro mayor de la obra, y levantada por Juan Miguel de Agüero --que había sido el arquitecto que construyó la catedral de Mérida-- es sin duda una de las catedrales mas complejas estilísticamente del continente americano. El diseño de la misma esta inspirado en las catedrales españolas de Valladolid, Málaga y Jaén. La planimetría esta concebida como un inmenso rectángulo en el cual la nave del crucero es de idénticas proporciones a la central, mas las naves de capillas laterales, y la altura de las tres naves son dispares. El edificio que no es de gran altura da un aspecto muy masivo al edificio, a pesar de sus dos torres frontales. Pero ese aspecto masivo del que hablamos es típico en muchas de las construcciones latinoamericanas, pues al estar en zona de gran amenaza sísmica no permitía las construcción de edificios muy elevados como las catedrales europeas, siendo el uso de fuertes contrafuertes habitual para una mejor "sujetación" del edificio.

Uno de los elementos mas característicos y destacados de la catedral de México se encuentran en la fachada del sagrario, obra del granadino Lorenzo Rodríguez, que concibe la fachada como un retablo en piedra, trasladando a Mexico la riqueza exuberante del barroco granadino. Ricamente ornamentada, la disposición estilística esta basada en la pilastra, dispuestas en cuerpos y calles como

si de un retablo se tratara, que se combina con la rica policromia de los materiales autóctonos, como el tezontle y la piedra blanca de Chiluca, aumentando el pictoriscismo de esta fachada.

Santiago Tlatelolco. Tlatelolco –del náhuatl tlatelli, "terraza", o xaltiloll, "lugar del montón de arena"– fue fundado por los mexicas en 1337 d.C. En 1521 cayó en manos de los españoles y en 1527 se fundó ahí la iglesia del Señor Santiago. A partir de los años sesenta del siglo XX el sitio es conocido como Plaza de las Tres Culturas, ya que reúne valores históricos de tres grandes épocas de la historia nacional: el México prehispánico, el colonial y el moderno.Iglesia de Santiago Tlatelolco. Conserva elementos característicos de la época colonial. En su fachada norte se expresa el sincretismo novohispano: un águila sostiene en sus garras un escudo con los estigmas de San Francisco flanqueados por flechas y macanas prehispánicas; bajo el frontis se ve una cenefa, símbolo mexica de Tlatelolco, sobre la imagen del santo. (Luis Alberto López Wario *Arqueología de la Ciudad de México*, vol. XI, número 60, pp. 68-76). **Tlaltelolco** fue uno de los principales y más grandes centros comerciales del México prehispánico. Además del enorme tianguis que abarcaba varios kilómetros a la redonda, fue un importante centro ceremonial. Estaba situado en uno de los principales barrios del imperio al que se conocía como Tlatilulco y muy cerca se encontraba el "tecpan" o cabildo de indios. Consumada la conquista, en 1535, los misioneros franciscanos fundaron ahí el convento de Santiago Apóstol (Patrón de España) junto con el Colegio Imperial de Santa Cruz donde se impartían clases especialmente a los hijos de la nobleza indígena. El colegio, construido durante el periodo del virrey don Antonio de Mendoza con apoyo del arzopispo fray Juan de Zumárraga, contó con grandes maestros como fray Arnoldo Bassacio, fray Bernardino de Saghún, fray Andrés de Olmos y fray Juan de Gaona. Sin embargo, debido a una varios fenómenos tales como inundaciones, epidemias y sobre por la carencia de recursos, la institución fue clausurada a fines del siglo XVIII. A estas doctrinas impartidas por los franciscanos, asistió Juan Diego con gran devoción, motivo que ha contribuido a que se le considere como el centro de la evangelización en nuestro país. Hoy en día, en el ex convento se encuentra la biblioteca de la Secretaría de Relaciones Exteriores. Por lo que respecta al templo, en 1609 fue dedicado a Santiago Apóstol Tlatelolco. El proyecto quedó a cargo de fray Juan Bautista y fue fray Juan de Torquemada quien dirigió la obra. Se dice que había gran parecido entre el rostro del santo que quedó plasmado en dicha iglesia y el de Hernán Cortés. En los años posteriores a la Reforma la iglesia se convirtió en bodega de la Aduana, mientras que el convento y el espacio dedicado al colegio se destinaron como cuartel y prisión militar. Fue hasta 1945 cuando se devolvió la iglesia a los franciscanos. El atrio de esta iglesia

colonial es una magnífica explanada en donde gracias a algunas excavaciones es posible ver los restos de pirámides que ahí se encontraban. Al fondo se aprecia la moderna torre de la Cancillería. Debido a la presencia de las manifestaciones de estos tres momentos de nuestra historia: la prehispánica, la colonial y la del México moderno, a este espacio se le da el nombre de la Plaza de las Tres Culturas. La construcción de la iglesia es de cal y canto con fachada barroca del siglo XVII. La portada es de cantera y hacia los lados se aprecian dos torres de planta cuadrangular. En la fachada lateral izquierda están dos esculturas de madera, la del Cristo flagelado y la de san Francisco de Asís y Santiago. Por lo que toca al interior del inmueble, la nave es de planta de cruz y en los altos muros hay una serie simétrica de ventanas cerradas adornadas con vitrales abstractos. El presbiterio es de mármol, presidido por un tríptico dorado que ostenta un relieve de madera con la imagen del santo titular. Esto es lo único que quedó del antiguo y majestuoso retablo plateresco realizado por un grupo de escultores indígenas y en donde se encontraban pinturas de Echave Orio. En las pechinas de la bóveda se ven los evangelistas y en la entrada la pila bautismal que es una hermosa concha de piedra labrada. Vale mencionar que en 1965 los arquitectos Mario Pani y Ricardo de Robina llevaron a cabo una restauración. (fuente: http://www.cabin.gob.mx/dgpif/hitoricos/santiago.htm . © Derechos Reservados conforme a la Ley, DGPIF, diciembre del 2002).

Bellas Artes. Durante el porfiriato en México surgió entre la alta sociedad una tendencia por imitar los estilos europeos, tanto en costumbres de la vida cotidiana como en modelos arquitectónicos. Esto dio como resultado que, a principios de este siglo, se ideara el proyecto para la construcción del nuevo Teatro Nacional. Así, se demolió el que ya existía y el 1 de octubre de 1904, frente a la Alameda Central, se comenzó la construcción de los cimientos del que se convertiría en el Palacio de Bellas Artes. El proyecto fue realizado por el arquitecto italiano Adamo Boari, quien diseñó un edificio que incorporaba los avances tecnológicos de los mejores teatros de la época. El edificio se caracterizaba por organizar las salas en torno a un gran *hall*, rematado por una triple cúpula situada entre el vestíbulo y la sala de espectáculos. Esta sala tendría forma de embudo, para lograr así los mejores efectos acústicos y visuales. Su cupo sería de 1791 personas distribuidas entre palcos aislados, generales, lunetas y galerías. También contaría con un palco presidencial, situado exactamente a media sala, con dos elevadores privados y un gabinete de aseo. La orquesta se ubicaría a nivel inferior de la luneta. Se proyectó un escenario de 24 metros de longitud, con instalaciones mecánicas completas. Habría también una gran sala de fiestas, comunicada con siete *loggias* y terrazas, un restaurante y un acceso cubierto para descender de los carruajes.

Originalmente la construcción del edificio duraría cuatro años, pero se fue alargando a causa de los hundimientos del terreno y del movimiento armado de 1910. Hacia 1915 era poco lo que se hacía; Boari deja el país en 1916 y a lo largo de los siguientes tres lustros se hicieron algunos trabajos de poca envergadura, hasta que se reinician las obras en 1932, bajo la dirección del arquitecto mexicano Federico Mariscal, quien las concluyó totalmente en marzo de 1934. (fuente: Museo del Palacio de Bellas Artes, Museo Nacional de Arquitectura).

Conjunto Habitacional Nonoalco-Tlatelolco. En la búsqueda de una solución a la demanda de vivienda, urbanistas y arquitectos mexicanos optaron por aplicar los modelos multifamiliares que representaban la mejor alternativa para proporcionar techo a cientos de familias en un espacio relativamente pequeño y con opciones de crédito para su rápida adquisición. De esta forma surgieron los conjuntos y unidades habitacionales, los cuales inaugurarían significativamente desde entonces un nuevo patrón habitacional en la Ciudad de México. Entre 1962 y 1964 se construyó el Conjunto Habitacional Adolfo López Mateos Nonoalco Tlatelolco, a cargo del arquitecto Mario Pani. Dicho conjunto se constituyó como el gran proyecto revolucionario de vivienda en cuanto al diseño y funcionalidad en la capital de la República. Fue en el sexenio del presidente Adolfo López Mateos cuando se consolidó esta megaobra, la cual estaba destinada principalmente a miembros de la entonces pudiente clase media. La unidad se edificó en el norte de la Ciudad de México rodeada de excelentes vías de comunicación, pues estaba flanqueada al poniente y al oriente por las importantes avenidas Insurgentes y Paseo de la Reforma, respectivamente y, en el extremo norte llegaba a la calle de Manuel González y desde el sur comenzaba en Ricardo Flores Magón. Además, por ella cruzaban el actual eje de Guerrero y San Juan de Letrán, mejor conocido como el Eje Central Lázaro Cárdenas. Por sus alternativas para desplazarse y por la cercanía al corazón de la ciudad, así como por la gran calidad de los servicios que ofrecía desde sus inicios, Tlatelolco se constituyó como la mejor opción de compra en la categoría multifamiliar. Bastaba dar un cuatro por ciento de enganche del monto total para hacerse acreedor de uno de los diversos tipos de departamentos, los cuales oscilaban entre los 100 y los 175 mil pesos de los años 60. Las mensualidades comprendían un costo de únicamente 20 por ciento del enganche otorgado y en ellas se incluían implícitamente los gastos de amortización de saldo y los intereses; servicios de administración y mantenimiento, tales como la limpieza y la recolección de basura; cuidado y conservación de jardines, elevadores, alumbrado de calles, pasillos y cubos de los edificios. Además de la vigilancia total del conjunto, seguro de daños, el pago del impuesto predial y el nada despreciable derecho por consumo ilimitado de agua.

Distribuidor Vial San Antonio (2002). (De 3.5 kilómetros de longitud que costará 700 millones de pesos, dinero que se tomará de los mil 500 millones que se pensaba destinar a la primera etapa de la megaobra). Circulan más de 3 millones de vehículos cada día. Se estima que en las horas de más denso tráfico los vehículos avanzan por las principales arterias de la ciudad de México a una velocidad de 13 y 20 kilómetros por hora.

Teodoro González de León. Nació en la Cd. de México el 28 de mayo de 1926. Realizó sus estudios en la Antigua Academia de San Carlos (UNAM) de 1942-1947, Paralelamente a sus estudios se inició en la vida profesional. Primero como dibujante en los talleres de Carlos Obregón Santacilla y Carlos Lazo y más adelante con Mario Pani (1945-47). Fue becario del gobierno francés y trabajó durante 18 meses en el taller de Le Corbusier (1947-48). Allí participó en la elaboración de los planos de varios trabajos y como supervisor de dos grandes obras: la Unidad de Habitación de Marsella y la Planta de Manufactura de St. Dié, Francia (1948-49). Desde su regreso a México, a principios de los cincuentas, ha desarrollado una actividad profesional ininterrumpida, primero en el campo del urbanismo y de la vivienda popular, y posteriormente en el de los grandes edificios públicos y privados. Inicia un periodo de asociaciones con Abraham Zabludovsky, siendo el Conjunto Habitacional "Mixcoac-Lomas de Plateros", 1969-1971, el primero de una serie de unidades de vivienda. Entre 1974 y 1982 proyecta con Zabludovsky importantes edificios públicos, como la Delegación Cuauhtémoc, El Colegio de México, la sede del INFONAVIT, la Universidad Pedagógica y el Museo Rufino Tamayo. En Villahermosa realiza destacadas obras como el Parque Tomás Garrido Canabal, la Biblioteca Pino Suárez y el Centro Administrativo, en colaboración con J. Francisco Serrano, 1984-1987. Premio Nacional de Artes, 1982. Miembro de Número de la Academia de Artes, 1984, y Miembro del Colegio Nacional, 1988. En la década de los noventa propuso interesantes edificaciones como el Edificio del Fondo de Cultura Económica, la Unidad de Servicios Turísticos de El Tajín y el Conservatorio Nacional de Música. Ganó en compañía de J. Francisco Serrano el concurso para la nueva embajada de México en Berlín. Realiza el Corporativo Arcos Bosques en 1990-1996, junto con Francisco Serrano.

Francisco Serrano. Nació en la Ciudad de México el 30 de octubre de 1937. Egresó de la Universidad Iberoamericana en 1960 y fue integrante de la Academia Nacional de Arquitectura y de la Sociedad de Arquitectos Mexicanos.

Empezó a trabajar muy joven. Fue alumno de Augusto H. Álvarez y, después, de **JuanSordo Madaleno**. La práctica profesional la inició solo, y con su padre, en 1959. Dentro de sus obras más representativas se encuentra la Universidad Iberoamericana, realizada entre 1983 y 1988; el Centro

Corporativo Bosques, proyectado junto con los arquitectos Teodoro González de León y Carlos Tejeda, entre 1991 y el 2000; y la Embajada de México en Alemania, hecha entre 1997 y el 2000. Su más reciente obra es el nuevo edificio académico de la Universidad Iberoamericana. **Premios internacionales que ha recibido el proyecto arquitectónico de la UIA Ciudad de México, antes del nuevo edificio académico:**

• UIA Ciudad de México: Premio Especial del Consejo Regional de Plovdiv y Medalla de Plata, en la Quinta Bienal Mundial de Arquitectura, en Sofía, Bulgaria (1989).

• División de Ingeniería y Extensión Universitaria de la UIA (edificios F-G): Premio Especial del Alcalde de Viena, Austria, Medalla y Diploma, en la Séptima Trienal Mundial de Arquitectura INTERARCH'94, en Sofía, Bulgaria (1994).

• División de Ingeniería y Extensión Universitaria de la UIA Ciudad de México (edificios F-G): Primer Lugar Categoría Diseño Arquitectónico, en la Segunda Bienal de Arquitectura y urbanismo de Costa Rica, en San José, Costa Rica (1994).

• División de Ingeniería y Extensión Universitaria de la UIA Ciudad de México (edificios F-G): Mención en la Tercera Bienal de Arquitectura Mexicana, en la Ciudad de México (1994).

• Reconocimientos Establecimiento Amigo 2000 y 2001.

Agustín Hernández. Nace en la Ciudad de México en 1924. Realiza sus estudios en la Escuela Nacional de Arquitectura, UNAM, obteniendo su título en 1954. Inicia su quehacer profesional proyectando buen número de casas habitación y edificios de oficinas. Entre 1954 y 1968 desarrolla una labor docente en la Escuela Nacional de Arquitectura, UNAM, al frente del Taller N° 8. Construye la Escuela de Ballet Folklórico en 1968, que se significa por ser su primer edificio dentro de la arquitectura escultórica. Una serie de casas habitación muestran su creatividad, al utilizar diversos módulos, formas y volúmenes. La Casa en el Aire, 1995, puede señalarse como el compendio de estas propuestas. Gana buen número de concursos, donde destaca el Heroico Colegio Militar en colaboración con Manuel González Rul, 1975. La audacia estructural de su Taller de Arquitectura, 1972-1975, le otorga un amplio reconocimiento. Académico de Número de la Academia de Artes, 1991. En fechas recientes inicia el diseño y realización de mobiliario y escultura. Corporativo Calakmul, Santa Fe, Ciudad de México. Agustín Hernández, 1994-1997.

Nº 5– REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS – ISSN: 1697 - 8293

BIBLIOGRAFIA SOBRE POETICA Y RETORICA AUDIOVISUAL

Francisco García García

Catedrático de la Facultad de Ciencias de la Información. UCM.

AA. VV. *L'Analyse structurale du récit*.-Communications, nº 8.-Trad. Análisis estructural del relato.-Buenos Aires.-Tiempo Contemporáneo.-1970

AA. VV. *Lecciones de Retórica y Métrica*.-Valencia.-Lindes.-1981.

AA. VV. *Metaphor*. Número especial de *Poetics Today*, 4,2, 1983.

AA. VV. *Poétique du récit*.-Paris.-Seuil.-1977.

AA.VV. *Argumentación y filosofía*.-México.-Universidad Autónoma Metropolitana.-1986.

AA.VV. *Attualita della retorica*.-Atti del I Convegno italo-tedesco.-Liviana.-Padova.-1975.

AA.VV. *Investigaciones retóricas II*.-Barcelona.-Ediciones Buenos Aires.-1982.

AA.VV. *L'Analyse des images*, nº 15 de Communications.-Paris.-Seuil.-1970.-Trad. *Análisis de las imágenes*.-Buenos Aires.-Tiempo Contemporáneo.-1970.

AA.VV. *Les objets*, nº 13 de Communications.-Paris.-Seuil.-1969.-Trad.-*Los objetos* - Buenos Aires.-Tiempo Contemporáneo.-1971.

AA.VV. *Recherches rhétoriques*.- Communications.-Paris.-Seuil.-1970.

AA.VV. *Recherches sémiologiques*, nº 4 de Communications.-Paris.-Seuil.-1961.-Trad. *Semiología*.-Buenos Aires.-Tiempo Contemporáneo.-1970.

AA.VV. *Action poétique*.-nº 95.-1984.

AA.VV. *Retórica*. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación. nº 4 1998/99. Servicio de Comunicaciones. Universidad Complutense de Madrid.

AARSETH, Espen J. "No linealidad y teoría literaria" en LANDOW, George P. (compilador) *Teoría del Hipertexto*. Barcelona, Paidos, 1997

ADORNO, T.W. *Théorie esthétique*.-Paris.-Editions Klincksieck.-1995.

AGIS VILLAVERDE, Marcelino, *Del símbolo a la metáfora. Introducción a la filosofía hermenéutica de Paul Ricoeur***.** Universidad de Santiago de Compostela. Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico. 1995.

AGOSTI, S. *Il testo poetico. Teoria e practica d'analisi*.-Milano. Rizzoli.-1972.

ALBALADEJO, T. *Teoría de los mundos posibles y macroestructura narrativa*. Alicante Universidad 1986.

ALBALADEJO, Tomás, "Semántica y sintaxis del texto retórico: Inventio, Dispositio y Partes Orationis" en *Estudios de Lingüística*, 5.-1989.

ALBALADEJO, Tomás, *Retórica*.-Madrid.-Editorial Síntesis.-1993.

ALCIATO, A. *Emblemas*.-Madrid.-Editora Nacional.-1975.

ALMANSI, G. *Amica ironia*.-Milano.-Garzanti.-1984

ALONSO DE SANTOS, J.L**.** *La escritura dramática*.- Editorial Castalia.-Madrid.1998.

ALONSO, A. *Materia y forma en poesía*.-Maddrid.-Gredos.-1977.

ALONSO, Dámaso, *Poesía española. Ensayo de métodos y límites estilísticos.*-Madrid.-Gredos.-1957.

ALVAREZ BARRIENTOS, J."Introducción" a ISLA, J.F., *Historia del famoso predicador Fray Gerundio de Campazas, alias Zotes*. Barcelona.-Planeta.-1991

APPIANO, Ave, *Pubblicitá e comunicazione visuale*.-Turín.-Il Segnalibro.-1986.

ARACIL, A. *Juego y artificio***.**-Cátedra.Madrid.-1998

ARBUSOW, Leonid, *Colores rhetorici*.-Götingen.-Vandenhoeck & Ruprecht.-1963.

ARGULLOL, Rafael, *Sabiduría de la ilusión*.-Madrid.-Taurus.-1994.

ARISTOTELES, *Etica a Nicomaco.*-Madrid.-Instituto de Estudios Políticos.-1970.

ARISTOTELES, *Poética* (Ed. y traduc. de V. García Yebra) Madrid.-Gredos.-1974.

ARISTOTELES, *Retórica* (Traduc. Antonio Tovar), Madrid.-Instituto de Estudios Políticos.-1953.

ARISTOTELES, *Retórica a Herencio*.-Barcelona.-Bosch.-1987

ARISTOTELES, *Tratado de Lógica* (Organum).-Madrid.-Gredos.-1982

ARNHEIM, R. *The power of the center. A study of composition in the visual arts*.-Berkeley, Los Angeles, London.-University of California Press. 1982.-Trad. *El poder del centro*.-Madrid.-Alianza Editorial.-1984.

ARONOWITZ, S.; MARTINSONS, B. and MENSER, M. (Compiladores) *Tecnociencia y cibercultura.-La interrelación entre cultura, tecnología y ciencia*.-Barcelona.-Paidos.-1998

ARROYO, I GARCÍA, F. y MARTINEZ VAL, J. *Imágenes y Cultura: Del cerebro a la tecnología*. Madrid: Laberinto, 2001.

ATTEBERY, B. *Strategies of fantasy*.- Bloomington.-Indian University Press.-1992.

AUERBACH, E. "Figura" in *Studi su Dante*.-Milano.-Feltrinelli.-1963.

AUERBACH, E. *Lengua literaria y público en la Antigüedad tardía y en la Alta Edad Media*.-México.-FCE.-1958.

AUERBACH, E. *Mimesis*.-Berna.-A.Francke A.G. Verlag.-1942.-Trad. *Mímesis: La representación de la realidad en la literatura occidental*.-México.-F.C.E. 1950.

AUMONT, J y otros, *Estética del cine*.-Barcelona.-Paidos Comunicación.-1985.

AUMONT, J. *El ojo interminable*.-Barcelona.-Paidos Comunicación.-1997

AUMONT, J. *La imagen*.-Barcelona.-Paidos Comunicación.-1992

AUMONT, J. y MARIE, M. *Análisis del film.*-Barcelona.-Paidos Comunicación.-1990.

AUSTIN, J.L. *Cómo hacer cosas con palabras*.-Barcelona.-Paidos.-1982.

AYALA, F. *La retórica del periodismo y otras retóricas*.-Madrid.-Espasa Calpe.-1985.

AZARA, Pedro, *La imagen y el olvido. El arte como engaño en la filosofía de Platón*.-Madrid.-Siruela.-1995.

BACHELARD, Gaston, *La poética del espacio*.-México.-FCE.-1965.

BAJTIN, Mijail, *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*.-Madrid.-Alianza Universidad.-1987.

BAJTIN, Mijail, *Teoría y estética de la novela*.-Madrid.-Taurus.-1991.

BAÑOS, Miguel.- Métodos de creatividad publicitaria.-Madrid.-LABERINTO.-2000

BAÑOS, Miguel.- Modelos heurísticos de creatividad publicitaria.-Tesis doctoral.-Universidad Complutense de Madrid, CC. Información.-Dirigida por Francisco García García.-1999

BAÑUELOS CAPISTRAN, *Fotomontaje: Síntesis visual.* Tesis doctoral.-Universidad Complutense de Madrid FACULTAD/ESCUELA: CC. de la Información, dirigida por Francisco García García.-1995

Barcelona.-Lumen.-1978.

BARILLI, Renato, *Poetica e retorica*.-Milano.-Mursia.-1969/1984.

BARILLI, Renato, *Retórica*.-Milano.-ISEDI.-1979.

BARRET, Edward y REDMOND, Marie (compiladores) *Medios contextuales en la práctica cultural. La construcción social del conocimiento*.-Barcelona.-Paidos.-1997.

BARTHES, Roland, *La antigua retórica*.-Buenos Aires.-Comunicación.-1970.

BARTHES, Roland, *Le Degré Zéro de l'écriture*.-Paris.-Gontier (Médiations).-1965.

BARTHES, Roland, *Mythologies*.-Paris.-Seuil.-1957.

BARTHES, Roland, *Système de la mode*.-Paris.-Seuil.-1969.

BAUDRILLARD, Jean, *De la seducción*.-Cátedra.-1988

BEIGBEDER, O. *La simbología*.-Visalar de Mar.-Oikos-Tau.-1970.

BELLPUIG, T. *Retórica compendiada.* Tortosa.-1904

BENEDETTI, Mario.-*Inventario tres*. Poesía 1995-2002. Madrid.-Visor.-2003.

BERISTAIN, H. *Diccionario de Retórica y Poética*.-México.-Ed. Porrúa.-1988.

BERMEJO BARRERA, J.C. "La historia entre la razón y la retórica" en *Hispania (Revista española de Historia)*, nº 174.-Consejo Superior de Investigaciones Científicas.-Madrid, Vol L/1.-1990.

BERNARDI, S. "La visione del tempo", in *Cinema & Cinema*, nº50, dicembre, 1987, pp. 68-69.

BERNARDI, S**.** *Introduzione alla retorica del cinema***.-**Firenze.-Casa Editrice Le lettere. 1994.

BIEDERMANN, H. *Diccionario de símbolos*. Barcelona.-Paidós.-1993.

BIERCE, Ambroise, *Le Dictionnaire du Diable*.-Paris.-Nouvel Office d'Edition.-1964.- Trad. *El diccionario del diablo*.-Madrid.-Ed. Dragón.-1986.

BLACK, Max, *Modelos y metáforas*.-Madrid.-Tecnos.-1966.

BLOFELD, J. *Lo secreto y sublime*.-Madrid. Luis Cárcamo.-1981.

BODEN, Margaret A**.** *La mente creativa. Mitos y mecanismos*.-Barcelona.-Gedisa.-1994.

BOOTH, W.C. *Retórica de la ficción*.-Barcelona.-A. Boch.-1974.

BOOTH, W.C.-*Retórica de la ironía*.-Madrid. Taurus.-1986.

BORGES, J.L.*Narraciones*.-Madrid.-Cátedra-1994.

BOTTIROLI, Giovanni, *La retorica e la creatività. Per l'interpretazione e la produzione di testi*.-Turín.-Paravia.-1987.

BOUSOÑO, C. *El irracionalismo poético (El símbolo)*.-Madrid.-Gredos.-1977.

BOUSOÑO, C. *Teoría de la expresión poética*.-Madrid.-Gredos.-1976.-2 vol. 6 edición.

BRANCAFORTE, B. Edición *Tablas poéticas de Cascales*.-Madrid.-Espasa Calpe.-1975.

BRAS, Bernard y CLERO, J.P., Pascal: *Figures de l'imagination*.-Paris. PUF.-1994.

BRIOSI, Sandro, *Il senso della metafora*.-Nápoles.-Liguori.-1985.

BROOKE-ROSE, C. A, *Grammar of Metaphor*.-London.-Secker & Warburg.-1970.

BROWUN, G and YLE, G. *Análisis del discurso*.-Madrid.-Visor.-1993.

BURKE, K. A, *Grammar of Motives*.-Englewood Cliffs (New Jersey) Prentice-Hall.-1945.

BURKE, K. A, *Rhetoric of Motives*.-New York.-G. Braziller.-1950.

BUSTOS, E. "Pragmática y metáfora" en *Signa,3.-Revista de la Asociación Española de Semiótica.*-(pp 57-75) Madrid, UNED

BUSTOS, E. "La teoría aristotélica de la metáfora" *Antropos*, 32 (pp 17-21) 1992

BUSTOS, E. *La metáfora. Ensayos transdisciplinares.*-Madrid, FCE y UNED.-2000

CALVINO, Italo, *Cibernética y fantasmas*.-Barcelona.-Bruguera.-1983.

CALVINO, Italo, *El castillo de los destinos cruzados*.-Madrid.-Siruela.-1995.

CAMINADE, P. *Image et métaphore*.-Paris.-Bordas.-1970

CAMPBELL, George, *The Philosophy of Rhetoric*.-Carbondale.-Southern Illinois UP.1976.

CAMPS, V. *Ética, retórica, política*.-Madrid.-Alianza.-1988

CARCHIA, Gianni, *Retórica de lo sublime*.-Madrid.-Tecnos.-1994.

CARRIERE, A. y SABORIT, J. *Retórica de la pintura*.-Mádrid.-Cátedra.-2000

CARVALLO, L. A. (1602) *Cisne De Apolo*.-Madrid CSIC (2v) 1958

CASAS, E. *La rétorica en España*.-Madrid.-Editora Nacional.-1980

CASCALES, F. (1617) *Tablas poéticas*.-Madrid.-Espasa Calpe.-1975

CASSANY, Daniel.-*Describir el escribir*.-Barcelona.-Paidos.-1989

CASTAÑEDA, Wenceslao.-"La prueba y la probabilidad retórica" en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. Retórica, nº 4 1998/1999.

CERISOLA, P.L. *Trattato di retorica e semiotica letteraria*. Brescia.-La Scuola.-1983

CHAMIZO, J.P. *Metáfora y conocimiento*.-Analecta Malacitana.-Anexo16.-1998

CHARLAND, T.M. *Artes predicandi.Contribution à l'histoire de la Rhétorique au Moyen Age*.Paris.-Vrin.-1936.

CHARLES, M. *Rhétorique de la lecture*.-Paris.-Seuil.-1977.

CHATEAU, Jean.-*Las fuentes de lo imaginario*.-México.-FCE.-1976.

CHATMAN, S. *Historia y discurso*.-Madrid.-Taurus.-1990.

CHEVALIER, J./GEERBRANT, A. *Diccionario de los símbolos*.-Barcelona. Herder.-1991.

CHICO RICO, F. *Pragmática de la construcción literaria.-Discurso retórico y discurso narrativo*.-.-Alicante.-Universidad de Alicante.-1988.

CHOMSKY, Noam, *Ensayos sobre forma e interpretación*.-Madrid.-Cátedra.-1989

CICERON, M.T. *Obras completas*.-Trad. Menéndez Pelayo.-Madrid.-Hernando.-1927.

CIORAN, E.M. *Breviario de los vencidos*.-Barcelona.-Tusquets.-1998

CIORAN, E.M. *Historia y tutopía*.-Barcelona.-Tusquets.-1998

CIORAN, E.M. *La caída en el tiempo*.-Barcelona.-Tusquets.-1998

CIRLOT, E., *Diccionario de símbolos*.-Barcelona.-Labor.-1978.

COHEN, Jean, *Estructura del lenguaje poético*.-Madrid.-Gredos.-1974.

COHEN, Jean, *Le Haut Langage. Théorie de la poéticité*.-Paris.-Flammarion.-1979.

COLE, Thomas, *The Origins of Rhetoric in Ancient Greece*.-Baltimore.-John Hopkins University Press.-1995.

COLLI, G. *Filosofía de la expresión*. Ediciones Siruela.-1996.

COMPAGNON, Antoine.-*La seconde main ou le travail de la citation*.-Paris.-Seuil.-1979.

CONTE, Giusepe, (ed.) *Metafora*.-Milano.-Feltrinelli.-1981.

COOKE, D. *The Language of Music*.-Oxford.-Oxford University Press.-1959.

COOPER,D.E. *Metaphor*.-Oxford.-Blackwell.-1986

COOREBYTER, Vincent (ed.), *Rhétoriques de la science*.-Paris.-PUF.-1994.

COPLAND, A. *Music and Imagination*.-Cambridge, Mass..-Harward University Press. 1952.

CORBLET, Abeé, *Vocabulaire des symboles*.-Paris.-1887.

CORTAZAR, J. *62/Modelo para armar*.-Barcelona.-Bruguera.-1980.

CORTAZAR, J. Rayuela.-Buenos Aires.-Editorial Sudamericana.-1975.

CORTES GABAUDAN, F. *Fórmulas retóricas de la oratoria judicial*.-Madrid.-Castalia (2v) 1986.

COSERIU, E. *La creación metafórica en el lenguaje*.-Montevideo.-Dpto de Publicaciones de la Universidad.-1956.

COSTA, A. *Cinema e pittura*.-Torino.-Loescher,-1991.

CRESPILLO, Manuel, *La mirada griega.-Exégesis sobre la idea de extravío trágico*-Málaga.-Librería Agora.-1995.

CROCE,B. *Estética como ciencia y lingüística general*.-Madrid.-Librería Francisco Beltrán.-1926.

CULIANU, Joan P. *Eros y magia en el renacimiento*. Ediciones Siruela.-Madrid.-1999.

CULLER, Jonathan, *La poética estructuralista*.-Barcelona.-Anagrama.-1978.

DALLENBACH, L. *El relato especular*.-Madrid.-Visor.-1991.

DELANY, Samuel, R.-"Observaciones sobre la narrativa y la tecnología o la poesía y la verdad", en ARONOWITZ, S.; MARTINSONS, B. and MENSER, M. (Compiladores) *Tecnociencia y cibercultura.-La interrelación entre cultura, tecnología y ciencia*.-Barcelona.-Paidos.-1998

DELORME, Jean (ed.) *Parole-Figure-Parabole*. Recherches autour du discours

DERRIDA, J. "La retirada de la metáfora" en *La reconstrucción de las fronteras de la filosofía*.-Barcelona.-Paidos.-1989

DERRIDA, J. *Dar (el) tiempo*.-I. La moneda falsa.-Barcelona.-Paidos.-1995.

DIEL, P. *El simbolismo en la mitología griega*.-Barcelona. Labor.-1976.

DIEL, P. *Le simbolisme dans la Bible*.-Paris.-Payot.-1975

DIJK, T.A. van, *La ciencia del texto*.-Barcelona.-Paidos.-1983.

DIJK, T.A. van, *Per una Poetica generativa*.-Bolonia.-Il Mulino.-1976.

DIJK, T.A. van, *Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso*.-Madrid.-Cátedra.-1980.

DIXON, Peter, *Rhetoric*.-London.-Methuen.-1971.

DOLEZEL, Lubomir , *Poetica occidentale. Tradizione e progreso*.-Torino.-Einaudi.-1990

DOLEZEL, Lubomir, *Estudios de Poética y teoría de la ficción*.-Universidad Murcia.-1999.

DOLEZEL, Lubomir, *Heterocósmica. Ficción y mundos posibles*.-Arco Libros. Madrid.1999

DORNA, Sandro, *Anagrama è gioco tosto*.-Padova.-Mastrogiacomo.-1978.

DOUGLAS, J. Y., "Cómo es esto? Final e indeterminación en las narraciones interactivas" en LANDOW, George P. (compilador) *Teoría del Hipertexto*.-Barcelona.-Paidos.-1997

DREWERMANN, Eugene, *Giordano Bruno o el espejo del infinito*.-Barna.-Herder1995.

DUCROT, O. *Dire et ne pas dire*.-Paris.-Herman.-1972.

DURAND, J. "Retórica e imagen publicitaria" en AAVV *Análisis de las imágenes*. Editorial Tiempo Contemporáneo.-Buenos Aires.-1972.

ECO, U. *Arte e bellezza nell'estetica medievale*.-Milano.-Bompiani.-1978.

ECO, U. *Kant y el ornitorrinco*.-Lumen.-Barcelona.-1999

ECO, U. *La struttura assente*.-Milano.-Bompiani.-1968. Trad. *La estructura ausente*.-

ECO, U. *Las poéticas de Joyce*.-Barcelona.-Lumen.-1993.

ECO, U. *Le forme del contenuto*.-Milano.-Bompiani.-1971.

ECO, U. *Los límites de la interpretación*.-Barcelona.-Ed. Lumen.-1992.

ECO, U. *Trattato di semiotica generale*.-Milano.-Bompiani.-1975. Trad. *Tratado de semiótica general*.-Barcelona.-Lumen.-1978.

EISENSTEIN, S.M. *El sentido del cine*.-Madrid.-Siglo XXI.-1958.

EISENSTEIN, S.M. *Teoría y técnica cinematográfica*.-Madrid.-Rialp.-1959.

EISLER, L.H. *La pantalla demoníaca*.-Madrid.-Cátedra.-1988.

ELIADE, Mircea, *La prueba del laberinto*.-Madrid.-Cristiandad.-1980.

ELIADE, Mircea.-*Imágenes y símbolos*.-Madrid.-Taurus.

EMPSON, W. *Seven Types of Ambiguity*.-Londres.-Chatto and Windus.-1930.

ENKVIST, N.K. *Linguistic Stylistic*.-The Hague.-Mouton.-1973.

ERA, *Revista Internacional de Semiótica*.-Vol.1, nı 1 y 2.-Asociación Vasca de Semiótica.-Bilbao.-1991.

ESCANDELL VIDAL, V. *Introducción a la pragmática*.-Madrid.-UNED/Anthropos.-1993.

ESPINOSA DE SANTAYANA, *Rodrigo, Arte de Retórica*.-Madrid.-Guillermo Orcuy. 1578.

FABRI, Paolo, *Tácticas de los signos*.-Barcelona.-Gedisa.-1995

FAYOL, M. *Le récit et sa construction*.-Paris.-Delachaux & Niestlé.-1985.

FERNANDEZ, P.H. *Estilística*.-Madrid.-Ed. Porrúa.-1981.

FERRATER MORA,J. *Diccionario de Filosofía*.-Barcelona.Círculo de lectores.1992.-4 vol.

FLORESCU, Vasile, *La rhétorique et la neorhétorique. Genèse, évolution, perspectives*.- Paris.-Belles Letres.-1980.

FLOREZ-VILLAMIL, M. *Nociones de Retórica y Poética o Literatura Perceptiva*.-Madrid, G.Juste.-1900

FONTANA, D. *El lenguaje secreto de los símbolos*.-Barcelona.-Círculo de Lectores.-1993.

FONTANIER, P. *Les figures du discours*.-Paris.-Flammarion.-1977.

FORTENBAUHG, W.W. and MIRHADY, D.C. (ED), *Peripatetic Rhetoric after Aristotle*.-New Brunswick.-1994.

FOUCAULT, Michel, *Esto no es una pipa. Ensayo sobre Madritte*.-Barcelona.-Anagrama-1981.

FOUCAULT, Michel.-Las palabras y las cosas.-México.-Siglo XXI.-1968

FRANCASTELL, Pierre.-*La realidad figurativa*.-Barcelona.-Paidos.-1988

FRAZER, J.G.-*The golden Boug*.-Nueva York.-The Macmillan Company.-Trad.*La rama dorada*.-México.-Fondo de Cultura Económica.-1992.

FREDERIC, Madeleine, *La répétition. Etude linguistique et rhétorique*.-Tübingen.-Niemeyer.-1985.

FREUD, S. *Psicoanálisis del arte*.-Madrid.-Alianza.-1970.

FRIEDLANDER, Larry.-"Espacios para la experiencia en el diseño de aplicaciones multimedia" en BARRET, Edward y REDMOND, Marie (compiladores) *Medios contextuales en la práctica cultural. La construcción social del conocimiento*.-Barcelona.-Paidos.-1997

FRISBI, J.P. *Del ojo a la visión*.-Madrid.-Alianza.-1989

FRYE, N. Anatomía de la crítica.-Caracas.-Monte Avila.-1977

FUBINI, Enrico, *La estética musical desde la Antigüedad hasta el siglo XX*.-Madrid. Alianza Música.-1991.

FUBINI, Enrico, *Música y lenguaje en la estética contemporánea*.-Madrid.-Alianza Música.-1994.

FURLEY, D.J. and NEHAMAS, Alexander (Eds.) *Aristotle's Rhetoric. Philosophical Essays*.-Princeton.-Princeton University Press.-1994.

GADAMER, H.G. *Ethique Dialectique de Platon*.-Paris.-Babel.-1994.

GADAMER, H.G. *Verdad y método*.-Salamanca.-Sígueme.-1977.

GAGE, John.-*Color y cultura*.-Madrid.-Siruela.-1993

GALLEGO, Julián, *Visión y símbolos en la pintura española del Siglo de Oro*.-Madrid.-1972

GALLEGO, Julián.-*El cuadro dentro del cuadro*.-Madrid.-Arte Cátedra.-1978

GARAGALZA, Luis, *La interpretación de los símbolos*.-Barcelona.-Anthropos.-1990.

GARCIA BACCA, A. *Filosofía de la música*.-Barcelona.-E. Anthropos.-1990.

GARCIA BACCA, J.D. *Filosofía en metáforas y en parábolas*.-México.-Editora Central.1945.

GARCIA BERRIO, A. "Retórica como ciencia de la expresividad (Presupuestos para una retórica general)" en *Estudios de Lingüística*. Universidad de Alicante II.-1984.

GARCIA BERRIO, A. *Introducción a la poética clasicista*.-Madrid. Taurus.-1988.

GARCIA BERRIO, A. *La construcción imaginaria en "Cántico" de Jorge Guillén*.- Limoges.-Trames.-1985.

GARCIA BERRIO, A. *La poética: tradición y modernidad*.-Madrid.-Síntesis.-1988.

GARCIA BERRIO, A. *Semiótica textual de un discurso plástico*.-Montpellier.-Universidad, Etudes sociocritiques.-1981.

GARCIA BERRIO, A. *Significado actual del formalismo ruso*.-Barcelona.-Planeta.-1973.

GARCIA BERRIO, A. *Teoría de la literatura*.-Madrid.-Cátedra.-1989.

GARCIA BERRIO, A. y ALBALADEJO, T. *La Retórica: Historia y Sistema*.-Madrid.-Síntesis.-1989.

GARCIA BERRIO, A. y HERANDEZ FERNANDEZ, T. *Ut poesis pictura. Poética del arte visual*.-Madrid.-Tecnos.-1988.

GARCIA GARCIA, F "La narrativa hipermedia aplicada a la educación" (en línea) en *Red Digital*, nº 3 (enero, 2003). http://reddigital.cnice.mecd.es/3/

GARCÍA GARCÍA, F. (dir.) "Calabuch o la conquista de la felicidad", en GARCÍA JIMÉNEZ, J (ed.) *La poética de Berlanga*. Madrid, 1995.

GARCÍA GARCÍA, F. (Editorial) "Nuevos espacios de creatividad" [en línea]. *Red Digital*, nº 3 (enero, 2003). http://reddigital.cnice.mecd.es/3/ *Red Digital*, nº 3 (enero, 2003). ISSN 1696-0823 http://reddigital.cnice.mecd.es/3/

GARCÍA GARCÍA, F. "Homo icónicus", *Revista Icono 14*, nº1, 2001, pp. 7-15. Versión en línea: http://www.icono14.net/revista/

GARCÍA GARCÍA, F. "Integración de la Comunicación Audiovisual en los códigos de la UNESCO", *Comunicación & Cultura,* 1998, nº 5 y 6, 129-133.

GARCÍA GARCÍA, F. "La publicidad en radio: Imágenes de baja intensidad retórica", en PENA RODRÍGUEZ, A.(coord.) *La publicidad en radio.* Pontevedra: Diputación Provincial de Pontevedra, Servicio de Publicaciones, 2000

GARCÍA GARCÍA, F. "Mito y retórica", en BLESA, T. (ed.) *Actas del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Semiótica. Mitos. Zaragoza, 4-9 noviembre 1996.* Zaragoza: Universidad de Zaragoza, 1998

GARCÍA GARCÍA, F. "Pragmática y nuevas tecnologías de la información" en PEÑA TIMON, V. (ed.) *Narrativa Audiovisual y Nuevas Tecnologías*, Málaga: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga, 1998.

GARCÍA GARCÍA, F. "Realidad virtual y mundos posibles" en PABLOS PONS, Juan de, y JIMÉNEZ SEGURA, Jesús (eds.). *Nuevas Tecnologías. Comunicación Audiovisual y Educación*. Barcelona: Ed. Cedecs, 1998.

GARCÍA GARCÍA, F. "Relato histórico y relato de ficción" *Revista Área 5inco*, Noviembre 1996, Nº 5, 45-80.

GARCIA GARCIA, Francisco, "Aproximación a una historia conceptual de la retórica" en *Retórica e imagen* , nº 5 de Icono 14. 2005.

GARCIA GARCIA, Francisco, *Estrategias creativas*.-Madrid. Barcelona.-Servicio de Publicaciones del MEC y Ed. Vives.-1992.

GARCIA HERNANDEZ, José Antonio.-*La producción plástica como investigación*.-Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Valencia.

GARCIA JIMÉNEZ, Jesús, *Imagen Narrativa*.-Madrid.-Paraninfo.-1995.

GARCIA JIMÉNEZ, Jesús, *Narrativa Audiovisual*.-Madrid.-Cátedra.-1993.

GARCIA LORCA, Federico, *Obras Completas*.-Madrid.-Aguilar.-1966.

GARCIA MONTERO, Luis.-*Completamente viernes*.-Barcelona.-Tusquets

GARCIA NOBLEJAS, J.J. *Poética del texto audiovisual*.-Pamplona.-EUNSA.-1982.

GARVER, Eungene Aristotle's Rhetoric. *An art of character.-Chicago.-University of Chicago Press*.-1994.

GENETTE, G. *Figures II*.-Paris.-Seuil.-1969.

GENETTE, G. *Figures III*.-Paris.-Seuil.-1972

GENETTE, Gerard, La obra de arte.-Lumen.-1997

GENETTE, Gerard, *Palimpsestes*.-Paris.-Seuil.-1962.-Trad. *Palimpsestos. La literatura en segundo grado.*-Madrid.-Taurus.-1989.

GERTRUDIX BARRIO, Manuel.- *Estudios de Poética musical en el marco de la imagen secuencial en movimiento*.-Tesis Doctoral.-Universidad Complutense de Madrid.-CC. de la Información.-Director Francisco García García.-1999

GOFFMAN, E. *La representación de la persona en la vida cotidiana*.-Buenos Aires.-Amorrortu.-1971

GOLDIN, D. *Símbolo, matafora, allegoria*.-Padova.-Liviana.-1980

GOMBRICH, E.H. *Arte e ilusión*.-Barcelona.-Gustavo Gili.-1979

GOMBRICH, E.H. *Historia Del Arte*.-Madrid.-Alianza.-1979

GOMBRICH, E.H. *Imágenes simbólicas*.-Madrid.-Alianza.-1983

GOMBRICH, E.H. *Meditaciones sobre un caballo de juguete o las raíces de la forma artística y otros ensayos sobre la teoría del arte*.-Madrid.-Debate.-1998

GOMEZ, Pedro.- *Nuevas técnicas creativas en la elaboración de guiones. Introducción al estudio del ritmo en la ficción audiovisual*.Tesis Doctoral.-Complutense de Madrid.-CC. de la Información.-Dirigida por Francisco García García.-2003.

GONZALEZ BEDOYA, J. *Tratado histórico de la retórica filosófica*.-Madrid.-Nájera.-1990

GONZALEZ REQUENA, Jesús y ORTIZ DE ZARATE, Amaya, *El espot publicitario. Las metamorfosis del deseo*.-Madrid.-Cátedra.-1995.

GOODMAN, N. *De la mente y otras materias*.-Madrid.-Visor.-1995

GOODMAN, N. *Los lenguajes del arte*.-Barcelona.-Seix Barral.-1976

GOODMAN, N. *Maneras de hacer mundos*.-Madrid.-Visor.-1990

GOUX, Jean-Joseph.-*Les iconoclastes.-Paris.-Le Seuil.-1978*

GRACIAN, B. *Agudeza y arte de ingenio*, edic. de Evaristo Correa Calderón.-Madrid.-Castalia.-1969.-2 vol.

GRAY, Bennison, *The Grammatical foundation of Rhetoric. Discourse Analysis*.-La Haya.-Mouton.-1977.

GREENE, Herbert.-*Mind and image. An essay on art and architecture*.-Londres.-Universty Press Kentucky.-1976

GREIMAS, A.J. *Semántica estructural*.-Madrid.-Gredos.-1976.

GREIMAS, A.J. y COURTES, J. *Sémiotique. Dictionaire raisonné de la théorie du langage*.-Paris.-Hachette.-1979.-Trad. *Semiótica.-Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*.-Madrid.-Gredos.-1990. (2 vol.)

GRIAULE, M. *Dieu d'eau*.-París.-1948.-Trad. *Sol de agua*.-Barcelona. Alta Fulla.-1987.

GRUPO μ, *Rhétorique de la poésie*.-Bruxeles.-Complexe.-1977

GRUPO μ, "Arte de la imagen y lectura de los mensajes visuales" en Revista de Estética *2*.-1984. pag. 15-22.

GRUPO μ, "Miroirs rhétoriques" en *Poétique*, 36.-1977.

GRUPO μ, "Plan d'une rhétorique de l'image" en *Kodikas-Kode II*, 3.-1980. pag. 249-268.

GRUPO μ, *Rhétorique de la poésie. Lecture linéaire, lecture tabulaire*.-Bruxelas, Complexe.-Paris.-PUF.-1977.-Reedición en Paris.-Seui.-1990.

GRUPO μ, *Rhétorique générale*.-Paris.-Larousse.-1970.-Trad. *Retórica General*.-Barcelona.-Paidos.-1981.

GRUPO μ, *Tratado del signo visual*.-Madrid.-Cátedra.-1993.

GRUPO μ, *Trois fragments d'une rhétorique de l'image*. Urbino.-CISL.-1979.

GUILFORD, J.P. "Inteligence: 1965 Model", en *American Psychologist*, 21.-1966.

GUILGORD, J.P.-*La naturaleza de la inteligencia humana*.-Barcelona.-Paidos.-1977

GUIRAUD, P. *La Stylistique*.-Paris.-PUF.-1975.-8ªed.

GULLON, G.-*La novela como acto imaginativo.-Madrid.- Taurus.-1992*

GULLON, R. *La novela lírica*.-Madrid.-Cátedra.-1984.

GUSTASON, W. & ULICH, D. *Elementary Simbolic Logic*. Prospect Heights.-Illinois.-Waveland Press.-1973.

HALL, James, *Dictionaire des mythes et symboles*.-Paris.-Gerad Monfort.-1994.

HALM, C. (ed.) *Rhetores latini minores*.-Leipzig.-London.-Longman.-1976.

HAMON, Ph. *Texte et idéologie*.-Paris.-PUF.-1984.

HAMON, Philippe.-*Introducción al análisis de lo descriptivo*.-Buenos Aires Edicial.-1991

HEGEL, G.W.F. *Poética*.-Madrid.-Espasa Calpe.-1947.

HEIDEGGER, Martin. *Caminos del bosque*.-Madrid.-Alianza.-1995.

HEIDEGGER; Martin.-El ser y el tiempo.-México.-F.C.E.-1993.

HEILMANN, Luigi, "Retórica, neoretórica, lingüística", en Riter Santini y Raimondi (eds.), *La linguistica: aspetti e problemi*.-Bolonia.-Il Mulino.-1975.

HENRY, Albert, *Métonimie et Métaphore*.-Paris.-Klinsieck.

HERDER, J.G. *Plástica*.-Palermo.-Aesthetica Edizioni.-1994.

HERNANDEZ GUERRERO, J.A. y GARCIA TEJERA, Mª.-*Historia Breve de la Retórica*.- Editorial Síntesis.-1994

HERNANDEZ-PACHECO, Javier, *La conciencia romántica*.-Madrid.-Tecnos.-1995.

HERRNSTEIN SMITH, Bárbara, *Al margen del discurso*.-Madrid.-Visor.-1993.

HESTER,M.M. *The meaning of poetic mataphor*.-New Haven.-Yale University Press.-1967

HORACIO y ARISTOTELES, *Artes poéticas*.-Madrid.-Taurus.-1992.-Edición bilingüe.

ISER, W. *El acto de leer*.-Madrid.-Taurus.-1987.

JAKOBSON, R. *Dialogues*.-Paris.-Flammarion.-1980.-Trad. *Lingüística, poética, tiempo*.-Barcelona.-Crítica.-1981.

JAKOBSON, R. *Ensayos de lingüística general*.-Barcelona.-Seix Barral.-1975.

JAKOBSON, R. *Questions de poétique*.-Paris.-Seuil.1977.

JAKSON, R. *Fantasy: The Literature of Subversion*.-London.-Methuen.-1981.

JAOUI, H. *Claves para la creatividad*.-México.-Diana.-1979.

JOUVE, M. *La communication publicitaire*.-Paris.-Breal.-1991

KANDINSKY, Wassily, *De lo espiritual en el arte*.-Barcelona.-Barral.-1988.

KANDINSKY, Wassily, *Punto y línea sobre el plano*.-Barcelona.-Baral.-1988.

KANE, H. *Logic and Contemporary Rhetoric*.-Belmont, California.-Wadsworth.-1992

KANIZSA, Gaetano.-*Gramática de la visión*.-Barcelona.-Paidos.-1986

KANIZSA, Gaetano.-"Subjetive contour".-*Scientific American, 234*, 1976, pp 11-12

KAVAFIS, Konstantino, *Poesías completas*.-Madrid.-Hiperion.-1985.

KENNEDY, G. *The Art of Presuasion in Greece*.-New Jersey.-Princeton University Press.-1972.

KENNEDY, G. *The Art of Rhetoric in the Roman World*.-New Jersey.-Princeton University Press.-1972.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine.-"L`Image dans l`image", en Groupe µ (ed)*Rhétorique, sémiotiques, Revue d`Esthétique*, 1979

KIBEDI VARGA, Aaron.-Discours, Récit, Image, Lieja.-Mardaga.-1989

KIRCHER, A. (Edición de Atilano Martínez Tomé) *Aritmología*.-Madrid.-Breogan.-1984.

KLINKENBERG, Jean-Mari, *El signo icónico. La retórica icónica.-Proposiciones.Teoría semiótica*.-Madrid.-Consejo Superior de Investigaciones Científicas.-1985.

KLINKENBERG, Jean-Mari.-*El sentido retórico. Ensayo de semántica literaria*.-Murcia.- Universidad de Murcia.-1992.

KÖHLER, W. *Dinámica en Psicología*.-Buenos Aires.-Paidos.-1970

KOLB, David " Sócrates en el laberinto", en LANDOW, George P. (compilador) *Teoría del Hipertexto*.-Barcelona.-Paidos.-1997

LA CÉPEDE, B. *La poétique de la musique*.-Paris.-1785.

LAGNY, M.- "L'acte de no-voir", in *Filmcritica*, nº 430, Roma, dicembre, 1992.

LAING, R.D. LA POLITICA DE LA EXPERIENCIA.- Madrid.-FCE.-1994.

LAKOFF, George y JOHNSON, Mark, *Metáforas de la vida cotidiana*.-Madrid.-Cátedra.-1991.

LANDOW, George P. (compilador) *Teoría del Hipertexto*.-Barcelona.-Paidos.-1997

LANDOW, George P. *Hipertexto*.-Barcelona.-Paidos.-1997

LANGER, Susan K. Feeling and Form.-New York.-Scribner's.-1953.

LANGER, Susan K. *Philosophy in a New Key*.-New York.-Mentor Books.-1942.

LAUSBERG, H. *Elementos de retórica*.-Madrid. Gredos. 1983/1949.

LAUSBERG, H. *Manual de retórica literaria (Fundamentos de una ciencia de la literatura).*- Madrid. Gredos. 1966.- 3 vol.

LAZARO CARRETER, F. *Estudios de poética*.-Madrid.-Taurus.-1979

LE GUERN, Michel.-*La metáfora y la metonimia*.-Madrid.-Cátedra.-1976.

LEE, R. W. *Ut pictura poesis. La teoría humanística de la pintura*.-Madrid.-Cátedra.-1982.

LEON, Rafael de, *Poemas y canciones*.- (Varios editores) Sevilla.-Alfar.-1994.

LHOTE, André, *Les Invariants plastiques*.-París.-Hermann.-1967

LIESTOL, Gunnar, "Wittgenstein, Genette y la narrativa del lector en el hipertexto" en LANDOW, George P. (compilador) *Teoría del Hipertexto*.-Barcelona.-Paidos.-1997

LINDEKENS, René.-Éléments pour une sémiotique de la fotographia.-Bruselas, París, AIMAV.-Didier.-1871

LLAMAZARES, J. *La lluvia amarilla*.-Seix Barral.-1992.

LLULL, R. *Obras literarias*.-Madrid.-B.A.C.

LOPEZ DE LA VIEJA, M̃ Teresa.-*Figuras del logos. Entre la filosofía y la literatura*.-LOPEZ QUINTAS, A. *Estética de la creatividad*.-Madrid.-Cátedra.-1977.

LOTMAN, Y. *Estructura del texto artístico*.-Madrid.-Itsmo.-1982.-2ª Ed.

LOZANO, J., PEÑA MARIN, C. y ABRIL, G. *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*.-.-Madrid.-Cátedra.-1982.

MACALEESE, R. y GREEN, C. *Hypertext: state of the art*. Oxford.-UK:Intellect.-1990.

MACHADO, Antonio, *Poesías completas*.-Madrid.-Espasa Calpe.-1974.

MALRIEU, Ph. *La construcción de lo imaginario*.-Madrid.-Guadarrama.-1971.

MAN, Paul de, *Alegorías de la lectura*.-Barcelona.-Lumen.-1990.

MANDELBROT, B.-*Les objets fractals. Forme, hasard et dimension*.-Paris. Flammarion.-1975.-Trad. *Los objetos fractales*.-Barcelona.-Tusquets.-1988.

MARCHESE, A. y FORRADELLAS, J. *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*.-Barcelona.-Ariel.-1989.

MARCHIS, G. de.- *Ut imago poesis. Videopoesía cinepoesía*.-Tesis Doctoral.-Dpto Comunicación Audiovisual y Publicidad II.-Universidad Complutense de Madrid.-Dtor. Francisco García García.-2003.

MARCUS, Solomon, *Poetica matematica*.-Bucarest.-Editura Academiei.-1970.

MARCUS, Solomon, *Semiotica matematica a artelor vizuale*.-Bucarest, Editura.-1982

MARIN, Luis.- *Détruire la peinture*.-Paris.-Galilée.-1977.

MARIN, Luis.-*Ëtudes sémiologiques, Ecritures, Peintures*.-París.-Klinchsieck.-1971

MARINA, J.A. *Elogio y refutación del ingenio*.-Barcelona.-Anagrama.-1994.

MARINA, J.A. *Teoría de la inteligencia creadora*.-Barcelona.-Anagrama.-1993.

MARTI, A. *La preceptiva retórica española en el siglo de Oro*.-Madrid.-Gredos.

MARTINEZ GARCIA, J.A. *Propiedades del lenguaje poético*.-Oviedo.-Universidad de Oviedo.-1975.

MARTINEZ VAL,Juan.-*Las imágenes interiores: Módulo pedagógico experimenta*.-Tesis doctoral.-Universidad Complutense de Madrid.- CC. de la Información.- Dirigida por Francisco García García.-1998

MARTINSONS, Bárbara.-"Posibilidad de acción para los sujetos fotográficos".- en ARONOWITZ, S.; MARTINSONS, B. and MENSER, M. (Compiladores) *Tecnociencia y cibercultura.-La interrelación entre cultura, tecnología y ciencia*.-Barcelona.-Paidos.-1998

MATHIEU-CASTELLANI, G. (Ed.), *La pensee de l'image. Signification et figuration dans le texte et le dans la peinture*.-Presses Univ. Vincennes.-1994.

MEDVEDKIN, Alexander.- *El cine como propaganda política*.-México.-Siglo XXI.-1973.

MEEHAN, J. *The Metanovel: Writing Stories by Computer*.-New York.-Garland Publishing.-1980.

MENENDEZ PELAYO, M. (1883) *Historia de la ideas estéticas en España*.-Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas. (2V) 4 ed.

MENSER, Michael.-"Volverse heterarca: sobre la teoría tecnocultural, la ciencia menor, y la producción de espacio" en ARONOWITZ, S.; MARTINSONS, B. and MENSER, M. (Compiladores) *Tecnociencia y cibercultura.-La interrelación entre cultura, tecnología y ciencia*.-Barcelona.-Paidos.-1998

MERLEAU-PONTY, Maurice.-Fenomenología de la percepción.-Basrcelona.- Ed 62.-1980

MERLEAU-PONTY, Maurice.-*Sentido y sin sentido*.-Basrcelona.- Ed 62.-1980

METZ, Christian, *Lenguaje y cine*.-Barcelona.-Planeta.-1973.

METZ, Christian.-*Ensayos sobre la significación en el cine*.-Buenos Aires .-Tiempo Contemporáneo.-1972.-

MEYER, Michel et LEMPEREUR, A. (Eds.) *Figures et Conflits rhétoriques*.-Editions de l'Université de Bruxelles.-1990.

MEYER, Michel, *Logique, langage et argumentation*.-Paris.-Hachette.-1982.

MILLAN PUELLES, A. *El interés por la verdad*. Rialp-.Madrid. 1997.

MILLAS, Juan José, *El desorden de tu nombre*.-Madrid.-Alfaguara.-1988.

MOLINA GUERRERO, Carlos "El inevitable monopolio innovador de Microsot" en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación.* Retórica, nº 4 1998/1999.

MONEGAL, Luis, *Luis Buñuel de la literatura al cine. Una poética del objeto*.-Barcelona.-Anthropos.-1993.

MOORE, George Edward.-*Principia, Ethica*.-Barcelona.-Crítica.-2002 (Prefacio de Esperanza Guisan)

MORALES Y MARIN, J.L. *Diccionario de Iconología y simbología*.-Madrid.-Taurus.-1984.

MORALES, J.R. *Estilo, pintura y palabra*.-Madrid.-Cátedra.-1994.

MORIER, H. *Dictionnaire de poétique et de rhétorique*.-Paris.-P.U.F.-1975.

MORTARA GARAVELLI, B. *Manual de Retórica*.- Madrid.- Cátedra.-1991.

MUCCHIELLI, A. *El arte de influir*.-Madrid. Cátedra.-2002

MUCCHIELLI, A. *Psicología de la Comunicación.*-Barcelona.-Paidós Comunicación.-1998

MUECKE, D.C. *The Compass of Irony*.-London.-New York.-Methuen.-1980.

MUÑOZ MOLINA, Antonio, *El jinete polaco*.-Barcelona.-Planeta.-1991.

MURPHY,James, J. *La retórica en la Edad Media*.-México.-FCE.-1986.

NAPOLITANO VALDITARA, Linda M., *Lo Sguardo nel Buio. Matafore visive e forme grecoantiche della razionalitá*.-Bari.-Laterza & Figli.-1995.

ORTEGA Y GASSET, José, *El sentimiento estético de la vida (antología).*-Madrid.-Tecnos.-1995.

ORTIGUES, El. *Le discours et le symbole*.-Paris.-Aubier.-1962.

OSBORN, A.F. *L'imagination constructive*.-Paris.-Dumond.-1965.

OULIPO, *La littérature potencielle*.-Paris.-Gallimard.-1973.

PAGNINI, M. *Lingua e musica*.-Bolonia.-Il Mulino.-1974.

PALOMINO, A. (1715) *Museo pictórico y escala óptica*.-Madrid Aguilar.-1988

PANOFSKY, E. *El significado en las artes visuales*.-Madrid.-Alianza Editorial.-1979.

PANOFSKY, E. *Estudios sobre iconología*.-Madrid.-Alianza Editorial.-1972.

PARAISO, I. *Psicoanálisis de la experiencia literaria*.-Madrid.-Cátedra.-1994.

PARIS, Jean**,** *Lisible/Visible. Essai de critique générative*.-Paris.-Seghers.-1978.

PAZ, Octavio, *La llama doble. Amor y erotismo*.-Barcelona.-Círculo de lectores.-1993.

PEÑA TIMON, V. *El programa narrativo en el relato audiovisual*. Málaga: SPIC Universidad de Málaga, 1998

PEREDA, Carlos, *Vértigos argumentales***.** *Un ética de la disputa*.-Barcelona.-Anthropos.-1994.

PERELMAN, C. *The realm of Rhetoric*.-Notre Dame.-University of Notre Dame Press.-1982

PERELMAN, Chaim y OLBRECHTS-TYTECA, Lucie.-*Tratado de la argumentación*.-Madrid.-Gredos.-1958.

PERELMAN, Chaim, *Il dominio retorico*.-Torino.-Einaudi.-1981.

PERELMAN, Chaim.-*Le Champ de l'argumentation*.-Bruselas.-Univ. Libre de Bruxelas.

PEREZ GAULI, Juan Carlos.-*Relaciones entre arte y publicidad: La figura humana*.-Universidad Complutense de Madrid.-CC. de la Información Dirigida por Francisco García García.-1998

PEREZ RIOJA, J.A. *Diccionario de símbolos y mitos*.-Madrid.-Editorial Tecnos.-1962.

PIERANTONI, Ruggero.-*El ojo y la idea*.-Barcelona.-Paidos Comunicación.-1984.-

PLATON, *Obras Completas*.-Aguilar.-Madrid.-1990

PLEBE, Armando, *Breve storia della retorica antica*.-Bari.-Laterza.-1988.

PLEBE, Armando, *Manuale di retorica*.-Bari.-Laterza.-1988.

PLEYNET, Marcelin, *Système de la peinture*.-Paris.-Seuil.-1977

POPPER, Kart.-*El mito del marco común*.-Barcelona.-Paidos.-1887

PORTILLO, Aurelio de.-*Métrica y rítmica visual en "Secretos del corazón"*.-Tesis Doctoral.-Universidad Complutense de Madrid.-CC. de la Información.-Dirigida por Francisco García García.-2000.

POTTER, J. *La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social.* Paidos.-Barcelona.1998

POTTIER, Richard, *Anthropologie du Mythe*. Paris.-Editions Kime.-1994.

PRA NDI, Michelle.-*Gramática filosófica de los tropos*.-Madrid.-Visor.-1995

PRADO, J. del, *Teoría y práctica de la función poética*.-.Madrid Cátedra.-1993.

QUENEAU, R. *Cent mille milliards de poémes*.-Paris.-Gallimard.-1961.

QUENEAU, R. *Ejercicios de estilo*.-Madrid.-Cátedra.-1993.

QUINTILIANO, *Institutio Oratoria*.-Madrid.-C.S.I.C. 1947.

QUINTILIANO, *Instituciones oratorias*.-Trad. I. Rodríguez y P. Sandier.-Madrid.-Hernando.-1987.

RAIMONDI, E. *Metáfora e storia*.-Torino.-Einaudi.-1970

REBOUL, Olivier.-*La rhétorique*.-Paris.-PUF.-1984.

REVILLA, F. *Diccionario de Iconografía*.-Madrid.-Cátedra.-1990.

REYNOLDS, Dee, *Symbolits Aesthetics and Early Abstract Art. Sites of imaginary space*.-Cambridge.-Cambridge University Press.-1994.

RICHARDS, I.A. *The philosophy of Rhetoric*.-Oxford.-1936.

RICHTER, J.P. (1804) *Introducción a la Estética*.-Madrid.-Verbum.-1991

RICOEUR, P. *La metáfora viva*.-Madrid.-Ediciones Europa.-1980.

RICOEUR, P. *Tiempo y Narración*.-México.-Ediciones Siglo XXI.-1996 (3vol.)

RODRIGUEZ CIDON, Tomás.-Realidad, representación y metáfora en el cine de Eric Kramer. Tesis doctoral.-Universidad Complutense de Madrid.-CC. de la Información. Dirigida por Francisco García García.-2003.

ROMO, Manuela, *Psicología de la creatividad*.. Barcelona.- Paidos 1998

RONDOLINO, G. *Cine e musica. Breve storia della musica cinematografica*. Torino.-UTET.-1991.

RONSERBERG, Martin, E "Física e hipertexto. Liberación y complicidad en las narraciones interactivas"en LANDOW, George P. (compilador) *Teoría del Hipertexto*.-Barcelona.-Paidos.-1997

ROSETTI, R. *Film e immagine mentale*.-Roma.-Bulzoni.-1988.

ROVATTI, P.A. *Como la luz tenue. Metáfora y saber*.-Barcelona.-Gedisa.-1990.

ROWELL, Filosofía de la música.-Barcelona.-Gedisa.-1987

SACKS,S. ed. *On metaphor*.-Chicago,U, Ch. P.1979

SAINT-MARTIN,F**,** *Sémiologie du langage visuel*.-Montreal.-Presses del'Université du Québec.-1987.

SALAS, E. *El gran libro de los sueños*.-Barcelona.-Martínez Roca.-1992.

SAN AGUSTIN, *Sobre la doctrina cristiana* en *Obras* de San Agustín. Edición Bilingüe.-Madrid.-BAC.-1969

SANCHEZ DE LAS BROZAS, F. *Obras. I, Escritos retóricos*.-Cáceres.-Institución Cultural El Brocense.-1984.

SANCHEZ, Julián.-*Mundos posibles y mundos reales. Pragmática de la interpretación de los conceptos del cine en el nuevo estatuto de la imagen*.-Tesis doctoral dirigida por Francisco García García.-Universidad Complutense de Madrid- CC. de la Información.- 2000

SARTRE, J.P. *L'imagination***.**-Trad. *La imaginación*.- BuenosAires. Ed.Sudamericana.-1967.

SCHLOEZER, B, de, *Introduction à J.S. Bach. Essai d'esthétique musicale*.-Paris. Gallimard.-1947

SEARLE, J.R.-*Actos de habla*.-Madrid.-Cátedra.-1980.

SENABRE, *El eufemismo como fenómeno lingüístico* en BRAE LI.-1971 pag. 175-189.

SERKOVICH, A.-*El discurso, el psiquismo y el registro imaginario. Ensayos semióticos*.-Buenos Aires Nueva Visin.-1977

SERPIERI, A. *Retorica e immaginario*.-Parma.-Pratiche.-1986.

SHIBLES, Warren, *An Analysis of Metaphor*.-The Hague.-Mouton.-1971.

SHIBLES, Warren, *Essays on Mataphor*.-Whitewater.-The Language Press.1972.

SHIBLES, Warren, *Metaphor: an annotated Bibliography and History*.-Wisconsin.-Language Press. Whitewater (3.000, títulos) 1971

SIBONY, Daniel, *Le corps et sa dance*.-Paris.-Seuil.-1995.

SIKORA, J. *Manual de métodos creativos*.-Buenos Aires.-Kapelusz.-1979.

SILVERMAN, H.J. *Textaulities*.-London.-Routledge.-1994.

SINI, Carlo, *Filosofia e Scrittura*.-Bari.-Laterza.-1994.

SLAMA-CAZACU,T. *Lenguaje y contexto (El problema del lenguaje en la concepción de la expresión y de la interpretación por las organizaciones del contexto*) Barcelona.-Grijalbo.-1970

SOBEJANO, Gonzalo, *El epíteto en la lírica española*.-Madrid. Gredos.-1956.

SPANG, Kurt, *Fundamentos de retórica*.-Pamplona Universidad de Navarra.-1979.

SPENGEL, *Rhetores Graeci* II, Leipzig.-1854

SPERBER, D. *El simbolismo en general*.-Barcelona.-Anthropos.-1988.

STAROBINSKI, Jean, *Les mots sur les mots*. Les anagrammes de Ferdinand de Saussure.-Paris.-Gallimard.-1971.

SZONDI, Peter.-Poética y filosofía de la historia I.-Madrid.-Visor.-1992

TALENS, G. , ROMERA CASTILLO, J., TORDERA, A., HERANDEZ ESTEVE, V.-*Elementos para una semiótica del texto artístico*.- Madrid Cátedra.-.-1983

TAMBA-MECZ, Irene.-*Le sens figuré.-Vers une théorie de l'enontiation figurative.* Paris.-PUF.-1981.

TATO, J.L. *Semántica de la metáfora*.-Alicante.-Instituto de Estudios Alicantinos.-1975.

TERRACINI, Lore.-*I Codici del silenzio***.**-Alessandria.-Edizioni dell'Orso.-1988.

TERUEL PLANAS, E. *Retórica, Informació i metáfora*.-Universidaad Autónoma de Barcelona.-Barceloan.-1997.

THOMSON, Evan, *Colour Vision*.-London.-Routledge.-1994.

TINAZZI, G. "La caverna di Platone e la luce di Cézanne", in Cinema & Cinema, nº 54-55.1989, pag. 49-57.

TODOROV, T**.** *Literatura y significación*.-Barceloan.-Planeta.-1971

TODOROV, T. *Symbolisme et interprétation*.-Paris Seuil.-1978.

TODOROV, T. *Theories du symbole*.-Paris.-Seuil.-1977.

ULMER, Gregory L. "Las advertencies de Miranda: Un experimento en Hiperretórica" en LANDOW, George (compilador) *Teoría del Hipertexto*.-Barcelona.-Paidos.-1997

UOLIPO, *Atlas de littérature potentielle*.-Paris.-Gallimard.-1988.

URBAN, J.M. *Lenguaje y realidad*.-México.-F.C.E.-1952.

USPENKIJ, B. *Poetik der Komposition*.-Frankfurt.-Suhrkamp.-1970.

VALERY, P. "Varieté: L'invention esthétique", en *Oeuvres, I*.-Paris.-N.R.F.-1957.- PP. 1.412-1415.

VARGA, Kibedi, A. *Rhétorique et littérature. Etudes de structures classiques*.- Paris.-Didier.-1970.

VASARELLY, Victor.-*Le Museo imaginaire de Vasarely*.-Gembloux.-Duculot.-1978

VERON, Eliseo.- "Entre la epistemología y la comunicación" en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación.* Retórica, nº 4 1998/1999.

VERSO E IMAGEN. *Del Barroco al Siglo de las Luces.-Catálogo de la exposición del mismo nombre*.-Real Academia de Bellas Artes de San Fernando.-Comunidad Autónoma de Madrid.-Febrero y Marzo de 1993.

VIANU, Tudor, *Los problemas de la metáfora*.-Buenos Aires.-Eudeba.-1967.

VICLES, Lorenzo.-La lectura de la imagen.-Barcelona.-Paidos.-1983

VINOGRADOV, V.V. *Stilistica e poetica*.-Milano.-Mursia.-1972.

VIVES, Juan Luis, *El arte retórica*. Anthropos.-Barcelona.-1998.

VOLOSSHINOV, V.N. *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*.-Buenos Aires.-Nueva Visión.-1976.

WAGNER, Peter, *Reading Iconotexts*.-London.-Reaktion books.-1995.

WEAVER, R.M. *The Ethics of the Rhetoric*.-Davis.-Hermagoras Press.-1985.

WESTON, A. *Las claves de la argumentación*.-Barcelona.-Ariel.-1994.

WHEELWRIGHT, L. *Metaphor and reality*.-Indiana Univ. Press.-1968.

WHITTOCK, T. *Metaphor and Film*.-Cambridge.-Cambridge University Press.-1990.

WIENER, Norbert, *Inventar. Sobre la gestación y el cultivo de las ideas*. Barcelona.-Tusquets.-1995.

WILSON, E. *El castillo de Axel*.-Barcelona.-Planeta.-1977.

WUNENBURGUER, Jean-Jacques, *La vie des images*.-Strasbourg.-P.Univ. Strasbourg.-1995.

YATES, Frances A. *El arte de la memoria*.-Madrid.-Taurus.-1966.

YEPES BOSCAN ,Guillermo, *El esplendor de las formas*.-Caracas. Monte Avila Editores.-1993.

YLLERA, A. *Estilística, poética y semiótica literaria*.-Madrid.-Alianza.-1979.

YUNG C.G. & Aion, *Contribuciones a los simbolismos del sí-mismo*.Barcelona.-Paidos.

YUNG, C.G. *Arquetipo e inconsciente colectivo*.-Barcelona.-Paidos Ibérica.-1991.

YUNG, C.G. *Psicología y simbólica del arquetipo*. Barcelona.-Paidos Ibérica.-1982.

YUNG, C.G. *Símbolos de transformación*.-Barcelona.-Paidos.-1993.

YUNG, C.G. y WILHEM, R. *El secreto de la flor de oro*.-Barcelona. Paidos.-1988.

ZEVI, Bruno.-*El lenguaje moderno de la arquitectura*.-Barcelona.-Poseidon.-1978

ZUMTHOR, P. *Essai de Poétique médiévale*.-Paris.-Seuil.-1972.

ZUMTHOR, P. *Introducción a la poesía oral*.-Madrid.-Taurus.-1991.

ZUMTHOR, P**.** *La masque et la lumiére. La poétique des grands rhétoriqueurs.*-Paris.-Seuil.-1978.

ZUMTHOR, P. *Langue, texte, enigme.*-Paris.-Seuil.-1975.

ZUMTHOR, P. *Lingua e tecniche poetiche nell'etá romanica*.-Bolonia.-Il Mulino.-1973.

ZUNZUNEGUI, S. *Paisajes de la forma*.-Madrid.-Cátedra.-1994.

Nº 5– REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS – ISSN: 1697 - 8293

EL HUMOR GRÁFICO DESDE UNA PERSPECTIVA RETÓRICA

Martha C. Chamorro Díaz

Resumen

Normalmente los géneros de opinión devienen en textos argumentativos, puesto que el objetivo del autor es convencer al público sobre su modo de percibir la realidad, exponiendo sus puntos de vista. En este sentido, los chistes gráficos pueden ser herramientas de opinión, y por ello se basan tanto en el análisis gráfico como en el discursivo utilizando básicamente herramientas provenientes de la retórica, dado que las mismas están presentes en la instancia verbal y en la gráfica conformándose como elementos constructivos de la transmisión de pensamientos, puntos de vista y análisis de los acontecimientos.

Palabras clave

Retórica; humor; chiste; gráfico; prensa

Abstract

Normally the classes of thought turn into argumentative text, given that the author´s objective is to convince the public of his or her way of perceiving reality, presenting his or her point of view. In this sense, graphic jokes can be tools of opinion and because of that, are based as much in the graphic analysis as in the discourse. Basically using tools based in rethoric, given that the same tools are present in the verbal and in the graphic, graphic jokes turn into constructive elements in the transmission of thoughts, points of view, and analysis of events.

Key words

Rhetoric; humor; joke; graphic; press

En el humor gráfico asoma más bien una cultura de la inteligencia de la imagen y de su relación con la palabra. (...) No son dibujos para ser contemplados como bellos objetos, pero pueden proporcionar el placer estético-intelectual de una metáfora lograda o un hallazgo expresivo e ingenioso que ilumina un objeto con una asociación inesperada y creativa. Es rápido, expresivo y locuaz. Ahorra palabras, pero puede decir mucho. Puede aclarar un asunto oscuro con más perspicacia y profundidad que un extenso artículo y, generalmente, con más gracia. Aunque la gracia no es preceptiva, suele tener la cortesía de decir las cosas de modo indirecto y jugando con los dobles sentidos para evitarnos el didactismo y la enfática seriedad de los discursos persuasivos. Rara vez renuncia a la polémica, a desmentir o desarticular lo comúnmente aceptado, pero elige un modo reflexivo de demolición, para que sea el propio lector quien se desmienta a sí mismo. (PEÑA-MARIN, 1996: 108)

1. Hacia una nueva retórica

No cabe ninguna duda de que el precursor del cambio en el campo de la Retórica ha sido Roman Jakobson, quien alrededor de los sesenta, procuró reformular los conceptos de metáfora y metonimia. (JAKOBSON, 1975: 347-395) En esta década también Barthes proponía un replanteamiento de la Retórica en términos de la lingüística estructural. Todorov, por su parte, daba cuenta de una red de conexiones entre la Retórica y los principios actuales que tratan de explicar cómo funcionan los textos. Para este último, el dominio de la Retórica es el discurso. Las tres relaciones que se presentan dentro de un texto literario (relaciones sintagmáticas, relaciones paradigmáticas y aspecto verbal) de acuerdo con su clasificación, tienen su correlato en la división

establecida por la Retórica clásica (inventio, dispositio y elocutio). Mientras que a la inventio corresponde el dominio de la semántica, a la dispositio le compete el aspecto sintáctico y a la elocutio, el campo verbal.

Sin embargo, los autores citados conforman sólo el inicio de la renovación. Perelman introduce una propuesta innovadora: la recuperación de la retórica en su aspecto lógico, como el arte del buen pensar, en contraposición con el arte del buen decir, o la retórica del ornato. Desde esa perspectiva, la retórica se presenta como una lógica no formal y se desarrolla en la Teoría de la Argumentación.

Sucintamente serán descritos los aspectos principales de la Nueva Retórica. Ésta se define como *"el estudio de las técnicas discursivas tendentes a provocar o acrecentar la adhesión de los espíritus a las tesis que se presentan a su asentimiento."* (PERELMAN, 1989: 7) De esta forma quedan expuestos los tres elementos que componen la relación retórica, o sea, el orador, el auditorio y el discurso. Es precisamente en este último donde se materializa el encuentro entre el orador y el auditorio, donde queda plasmado el éxito o el fracaso de la retórica. En este sentido, este modelo tiene como finalidad la búsqueda de adhesión.

El discurso retórico debe reunir ciertas condiciones previas: la realización de lo que Perelman denomina el "contacto intelectual" entre los participantes del discurso (esto es, el dominio de un lenguaje común, el conocimiento de las reglas de conversación, la atribución de valor a la adhesión del interlocutor y la disponibilidad a escuchar). (PERELMAN, OLBRECHT-TYTECA, 1989: 49 y ss) Para que el contacto efectivamente tenga lugar, es necesario captar la atención del interlocutor, de lo que se infiere que el orador debe tener cierto conocimiento previo del auditorio hacia el que se dirige, dependiendo de éste el éxito de la argumentación.

Siguiendo estos lineamientos, las imágenes simbólicas presentes en el humor gráfico componen textos que comentan asuntos conocidos por los lectores. Este conocimiento formaría parte del concepto contacto intelectual, al que se hizo mención, acuñado por Perelman. Bajtin considera que los textos son dialógicos, porque, al tematizar sobre cualquier asunto, el hablante lo encuentra ya siempre comentado por los anteriores discursos y ha de elegir entre los varios modos de considerarlo, lo que significa posicionarse respecto de los mismos y los grupos sociales y de los grupos sociales que profesan posturas diferentes. De esto se infiere que el receptor de un texto gráfico también realiza una elección y toma posición al respecto.

La imagen simbólica también posee los medios para recoger y mostrar las perspectivas, las maneras de concebir, valorar y sentir características de los diferentes sectores sociales respecto a un asunto presentado o aludido.

Cabe destacar que si bien Perelman se concentra en la argumentación, consideramos que algunos de los conceptos por él vertidos, que toman como punto de partida a la Retórica clásica, pueden resultar de utilidad en este artículo.

Especial atención en la renovación retórica merece la propuesta del Grupo m, que realizó una muy buena sistematización de los recursos retóricos elocutivos y narrativos en un intento de Retórica General. La línea de investigación de este grupo vincula la Retórica con otras disciplinas cercanas, como la Lingüística, la Semiótica y la Poética, concentrándose en la teoría de las figuras del discurso.

Si como una de las definiciones tradicionales propuestas expresa que el objeto principal de la Retórica es el discurso persuasivo, el discurso argumentativo encuentra que las figuras (los procedimientos estilísticos) revisten de una gran importancia aún cuando se trate de discursos que no tengan como fin primordial el convencimiento o la persuasión. En este sentido, la cercanía de la Retórica con las funciones del lenguaje propuestas por Jakobson es innegable.

El Grupo m denomina a la función poética "función retórica", tomando de ella la noción que sustenta el lenguaje artístico de ambos textos (el texto literario y el texto retórico), dependiendo el uso, únicamente, de la intencionalidad de su autor.

En la *elocutio* tiene lugar la ornamentación lingüística, conformada por las figuras y los tropos. El lenguaje es modificado a partir de una norma y se deberá determinar qué norma se seguirá para definir el desvío de la ornamentación lingüística que finalmente terminará en una norma (GRUPO M, 1977: 52 y ss). El ornatus es un componente decisivo, según Albaladejo, para "*(...) la concreción de los fines del discurso retórico, que convergen en el delectare, docere y movere*" (ALBALADEJO MAYORDOMO, 1991: 129), en la medida en que la elaboración artística elocutiva produce cierto deleite en el receptor del discurso, hecho que lo lleva a seguir el desarrollo del discurso con un tendencioso interés.

La Retórica general, de acuerdo con los postulados del mencionado grupo, debe proponerse el análisis de las técnicas de transformación del lenguaje, haciendo la distinción correspondiente entre las distintas especies y los objetos. El código lingüístico es modificado por quienes lo utilizan.

Para el Grupo m una metábola es "*toda especie de cambio de un aspecto cualquiera del lenguaje*" (GRUPO m, 1977: 62). La Retórica estudia las metábolas, o sea, las modificaciones en el lenguaje ejecutadas en virtud de la función retórica del lenguaje y del estilo, que persiguen como fin estético la literatura. Si bien el espacio de la *elocutio* ha sido el que ha sido estudiado con mayor rigor por parte de la Teoría Literaria actual, el aporte del Grupo m, contemporáneo al desarrollo de la

Retórica moderna, no se reduce a ese nivel sino que se hace extensivo hacia otros ámbitos, como el discurso y las condiciones de producción del mismo, estudiadas por la Pragmática.

1.1. Figuras retóricas

La tradición retórica ha establecido una taxonomía de las categorías que se basaba en las cuatro operaciones lógicas: adición, supresión, variación del orden y sustitución. De acuerdo con Todorov, "*desde Cicerón las figuras se definen por relación con algo distinto de ellas (...) se trata de teorías sustitutivas basadas en la posibilidad de establecer una equivalencia (semántica) entre dos significantes, uno propio, otro figurado*". (TODOROV, en AA.VV, 1970: 45)

Como ya se ha señalado, dentro de la elocutio se encuentra el ornatus, o la forma de embellecer el texto, y dentro de éste, las figuras retóricas. Se hará un recorrido por las algunas figuras retóricas con el pretexto de hacer una sistematización de las mismas, a los efectos de una mejor interpretación. Sin ánimo de incluirlas a todas, proponemos, dentro de cada categoría, algunas como ejemplo.

1.2. Figuras fónicas

Son aquellas que utilizan la materia sonora del lenguaje a través de la repetición de sonidos o de algún juego con las palabras. Mencionaremos algunos ejemplos: las onomatopeyas, las aliteraciones, las interjecciones, la paronomasia, el retruécano, la crasis, la epanalepsis, la epanadiplosis, la insistencia, entre otras.

1.3. Figuras gramaticales

Son aquellas figuras en las que prima una modificación de la organización lógica del lenguaje. Como ejemplo podemos citar la anáfora, la perífrasis, el eufemismo, la elipsis u omisión, la asíndeton, la enumeración, el hipérbaton, el paralelismo, la hipérbole, el paralelismo (sinonímico, antitético y sintético), el polípote, el polisíndeton, el quiasmo, la interclusio, las reiteraciones (derivación, políptoton, polisíndeton), el pleonasmo, la epífora.

1.4. Figuras semánticas

Dentro de esta categoría se distiguen dos grandes grupos de figuras que inciden profundamente en el sentido de la expresión: los tropos y las figuras del pensamiento.

Los *tropos* conforman aquellos recursos en los que el sentido de una palabra se aparta de su contenido léxico originario hacia otro contenido léxico diferente. (LAUSBERG, 1983: 45 y ss) Como ejemplo podemos mencionar los que siguen: las metáforas (pura e impura), las metonimias, las sinécdoques, las comparaciones o símiles, las imágenes, las personificaciones, el oxímoron, los juegos de palabras (Retruécano, Calambur, Dilogía), la cosificación, la sinestesia, la senestesia.

Las *figuras del pensamiento*, a diferencia de los tropos, no llegan a implicar una sustitución. Afectan al modo de invención, la presentación de una idea, crean una relación inusual entre contenidos, o bien afectan a la relación entre las palabras y la realidad. Entre éstas se encuentran: la antítesis, la paradoja, la ironía,[1] la antonimia, la anticipación, la polisemia, los eufemismos, la perífrasis, el apóstrofe, entre otras.

Otra clasificación agrupa a las figuras citadas de acuerdo con el siguiente criterio:

Patéticas:	**Hipérbole, prosopopeya, apóstrofe**
Lógicas:	**Símil, antítesis, paradoja, sinestesia, gradación**
Oblicuas:	**Perífrasis o circunloquio**

2. La imagen: Apuntes desde una perspectiva retórica

Como punto de partida es preciso retomar un texto canónico –o fundacional, si se permite- que es "Retórica de la imagen", de Roland Barthes[2]. Barthes elige como base de su estudio a la imagen publicitaria, debido a que ésta es claramente intencional, lo que configura a priori los significados del mensaje publicitario son determinados atributos del producto, y estos significados deben ser transmitidos con la mayor claridad posible. En este sentido, la imagen contiene signos.

No cabe ninguna duda de que la imagen presente en el chiste gráfico también es intencional. Barthes distingue tres tipos de mensajes en el texto publicitario: el mensaje lingüístico, el mensaje

[1] Estos recursos son muy utilizados en los chistes gráficos.

[2] Este texto de Roland Barthes puede ser considerado como un ejercicio, un ensayo semiológico en la etapa constitutiva de la disciplina. En pocas palabras, el punto de partida.

icónico o la imagen denotada, y el mensaje plástico o la imagen connotada. La retórica, por lo tanto, conjuga dos niveles de lenguaje: un nivel de lenguaje propio y otro, de lenguaje figurado.

La iconografía publicitaria se compone de una multiplicidad de textos que se mezclan entre sí. La composición de la imagen publicitaria remite a un espacio cuyos límites y posibilidades corresponden a las exigencias mismas del género. Una gran cantidad de signos (gráficos, icónicos, cromáticos, etc.) se transgreden en este espacio en función de la imagen y del mensaje. Las figuras retóricas (consciente o inconscientemente) son las que permiten la interrelación de todos los signos que componen el espacio de la imagen. Esta última permite que la imagen logre los supuestos mundos, probables o improbables que describe.

La retórica de la imagen incluye "*un conjunto de operaciones artificiosas que caracterizan el mensaje y buscan el asentamiento persuasivo y emotivo por parte de los receptores*". (FONT, 1981: 18) Es en este mismo sentido que los textos periodísticos iconográficos comparten con la imagen publicitaria sus fines.

Para el Grupo m, "*la retórica es la ciencia de los enunciados alotópicos o desviantes*." (Grupo m, 1993: 263) Estas desviaciones retóricas se encuentran en los ejes que unen los elementos de un signo icónico: el eje significante-tipo y el eje significante-referente. Sólo se puede considerar una retórica en los ejes planteados: eje significante tipo (eje del reconocimiento) y significante referente (eje de la transformación).

La división da como resultado una retórica del reconocimiento ("retórica tipológica") y una retórica de la transformación ("retórica transformativa"). La primera implica operaciones y operandos: mientras que las operaciones son supresiones, adjunciones, supresiones-adjunciones o permutaciones, los operandos son los tipos y los determinantes.

En lo que respecta al análisis retórico, para Durand, "*toda figura retórica podrá analizarse así en la transgresión fingida a una norma (...) se tratará de las normas del lenguaje, de la moral, de la sociedad, de la lógica, del mundo físico, de la realidad, etc.*" (DURAND, J, en AA.VV., 1972: 83)

Esto explica, entonces, las licencias que la publicidad toma con respecto a aspectos tales como la ortografía, la gramática, el humor intensivo, lo fantástico, entre otras cosas. Esto, de acuerdo con Durand, no es otra cosa que el ejercicio de la retórica. Si en la literatura las normas que se transgreden son las normas del lenguaje (del buen decir, de lo correcto), en la imagen, la transgresión remite a la realidad física, que es representada como distorsión. De esta manera, "*la imagen retorizada, en su lectura inmediata, se emparenta con lo fantástico, el sueño, las*

alucinaciones: la metáfora se convierte en metamorfosis, la repetición en desdoblamiento, la hipérbole en gigantismo, la elipsis en levitación." (DURAND, J, en AA.VV., 1972: 83)

Para el análisis de la imagen publicitaria, la gran cantidad de figuras retóricas clásicas existentes puede reducirse a un número escueto de operaciones: adjunción y supresión, si bien algunos teóricos consideran que se pueden agregar dos operaciones más, como la sustitución y el intercambio. (DURAND, J, en AA.VV., 1972: 84 y ss)

En cuanto a las relaciones a nivel paradigmático, dos proposiciones se podrían vincular mediante cuatro relaciones básicas: identidad, similitud, oposición y diferencia. (DURAND, J, en AA.VV., 1972: 85 y ss). Agrega, luego, las falsas homologías.

3. El humor gráfico, fuente inagotable de riqueza expresiva y creatividad

Para fortalecer la importancia del humor como variante del género opinativo, hay que tener presentes los elementos retóricos presentes tanto en el humor verbal como en el gráfico de manera habitual.

Hechas estas consideraciones, se puede inferir que la prensa tiene en el chiste gráfico un género de opinión elocuente. Por cierto, el mecanismo utilizado para verter dicha opinión rompe con lo convencional. Por medio de sus discursos breves, expresivos, y muchas veces convincentes, a través del humor se llega a cuestiones que de otra forma no podrían ser abordadas.

El humor rompe lo cotidiano al trasladar al receptor a un nuevo contexto, el creado por la situación recontextualizada que se presenta en el chiste. En este sentido, el chiste constituye un acto subversivo, que se revela contra el statu quo, mediante la ridiculización de personas o situaciones.
Los chistes ponen de manifiesto situaciones insostenibles en el plano de los acontecimientos, en el plano real. Los chistes nos hacen reír cuando sacuden la seriedad y proporcionan un punto de vista novedoso sobre la realidad. En este sentido, los chistes son una opinión.

En épocas de crisis, la proliferación de caricaturas en la prensa gráfica es notable. Es innegable el lugar de la temática política dentro del género. La caricatura constituye un instrumento de lucha ideológica y crítica social. Por esta razón, encubre una crítica, y pone de manifiesto lo que no se podría decir de otra manera. Por medio de la caricatura se concreta la burla, ya que ésta es el medio apto para burlarse del poder, de la clase dirigente.

La clase política siempre ha sido el blanco de la crítica y de las burlas, además de ser un ingrediente importante del humor, sobre todo cuando sus intereses distan de los del pueblo. Es en estos momentos cuando se intensifican las críticas.

El tema político es un componente fundamental de la sociedad. Las decisiones gubernamentales no siempre favorecen a todo el pueblo. Cuando se presenta este tipo de situaciones, entra en juego, por ejemplo, la caricatura.

Sin embargo, existen chistes que no son caricaturas, necesariamente, y que también tienen relación con el tema político. La cultura, la economía, la educación muchas veces giran en torno a la política, razón por la cual no debe extrañar que proliferen los chistes gráficos referidos a ellas.

Algunos chistes reflejan la vida cotidiana de las personas, sus hábitos, su forma de pensar y de actuar, sus profesiones, sus modas, sus defectos, sus creencias y valores, y, en general, su estilo de vida. Este tinte costumbrista se puede encontrar en algunas caricaturas. Es más, es frecuente encontrarlo en las caricaturas. Evora Tamayo la define como aquella que recoge las expresiones propias de un país, región, grupo étnico, "*típicos en un momento típico también*". (TAMAYO, 1988: 11).

La finalidad que persiguen muchos chistes gráficos, en última instancia, es emitir un juicio o parecer, vale decir, una opinión. Ya sea cuando se critica, o bien cuando se expone un punto de vista sobre alguna cuestión.

A lo largo de la historia, los chistes gráficos han sido utilizados como medio de lucha y crítica religiosa, política o social. Es posible que el género que más haya sido utilizado con tales fines sea la caricatura. De acuerdo con Abreu,

"*desde fines del siglo XVIII, esta forma expresiva ha sido usada como herramienta para ejercer presión social con una intención satírico-moralizante. También, para alertar al partidario o deprimir al enemigo en los conflictos políticos o bélicos. Por fin, ha devenido en un punzante instrumento político-social en las luchas partidistas contra el "stablishment"*" (ABREU, 2001)

Es común ver en los periódicos caricaturas que ponen en evidencia los desaciertos y los errores de los gobernantes, o que llegan más allá, poniéndolos en ridículo. Este género suele divulgar las equivocaciones de la clase dirigente. Con relativa frecuencia, la caricatura suele ser un poderoso instrumento de lucha ideológica, ya que por medio de ella, el emisor expone sus ideas sobre la realidad, en definitiva, opina, además de exponer sus valores y sus creencias, que quedan materializados en el mensaje icónico-verbal, de una forma admitida socialmente. El chiste gráfico da la oportunidad de plasmar un punto de vista que de otra manera sería imposible explicitar. Justamente, el género lo permite.

A través de las caricaturas queda en evidencia una toma de posición sobre una cuestión determinada. Muchas veces se apunta a crear una conciencia social en el destinatario, por medio del ataque y la crítica tanto a personas como a instituciones, para lo cual necesita desenvolverse en un clima propicio de libertad de expresión. (ABREU, 2001)

En otras oportunidades la caricatura se convierte en un vehículo de denuncia, de protesta y encarna una lucha ideológica, a menudo virulenta. Al reírse de un personaje en un chiste, se lo está castigando, están siendo sancionadas sus deficiencias y muchas veces, el personaje es utilizado como caso ejemplar para los demás.

No es posible pensar en una caricatura "inocente", puesto que su pretensión es transmitir algo, y su mensaje la mayoría de las veces tiene contenido ideológico. Es preciso retomar la cuestión de la función social del chiste gráfico, en la medida en que lo cómico desarrolla su sentido dentro de un determinado contexto social.

De esta manera, es factible asegurar que al proceder con el análisis de diversos chistes que se desarrollan en el marco de una comunidad determinada, éstos ponen en evidencia sus valores, sus estilos de convivencia y también sus normas sociales.

4. El humor desde una perspectiva retórica

La primera referencia remite a Greimas, quien en 1966, en su Semántica General, abordó la temática del humor desde una perspectiva semiótica, al proponer que el efecto de sentido del humor es producto de las variaciones isotópicas. Greimas propone dos isotopías diferentes en un relato que se supone homogéneo. Además, las mismas se comunican por medio de un conector y la estructura del relato queda conformada de la siguiente manera: relato-presentación y diálogo.

Bueno y Blanco, en su *Metodología del análisis semiótico*, publicada en 1980, retoman la propuesta de Greimas al proponer que el chiste surge cuando el sentido da "*un salto de isotopía (...) el quiebre del sentido se produce porque la base clasemática, al llegar a un determinado momento del texto, se ve sustituida por otra, de orden totalmente distinto*." (BUENO y BLANCO, 1980: 30). Sin embargo, quien sienta verdaderamente las bases para el abordaje del discurso humorístico es Violette Morin. De acuerdo con su propuesta, los chistes gráficos se pueden dividir en dos grandes grupos, conforme aludan al signo o al referente.

Es interesante la corrección que hace a la propuesta de Greimas (relato, presentación y diálogo), al proponer tres funciones: en primer lugar, la función de normalización, "(...) *que pone en*

situación a los personajes (...) ”; en segundo lugar, una función locutora de armado (enclenchement), con o sin locutor, “ (...) *que plantea el problema a resolver o el interrogante* (...)” ; por último, una función interlocutora de disyunción, con o sin interlocutor, “(...) *que resuelve “graciosamente” el problema o que responde “graciosamente” al interrogante.*” Esta última función desdobla al relato en “serio” y “cómico”, y le proporciona a la secuencia narrativa, en términos de Morin, su existencia de “*relato dislocado*.” (MORIN, en AA.VV., 1970: 121) En realidad, lo que está haciendo es precisar la existencia de tres constantes inalterables: FN (función de normalización), FA (función de armado) y FD (función disyuntora). La secuencia conformada por los tres elementos mencionados se construye como una forma paradigmática que algunas veces es fácilmente detectable.

Mientras que la función de normalización (FN) pone en situación a los personajes, la función locutora de armado (FA), ya sea con locutor o sin él, plantea el problema a resolver o el interrogante y la función interlocutora de disyunción (FD), la cual puede o no tener locutor, resuelve graciosamente el problema o responde, en su defecto, graciosamente el interrogante. Ésta última función puede bifurcar el relato en cómico/serio, confiriéndole a la secuencia narrativa la existencia de un relato dislocado.

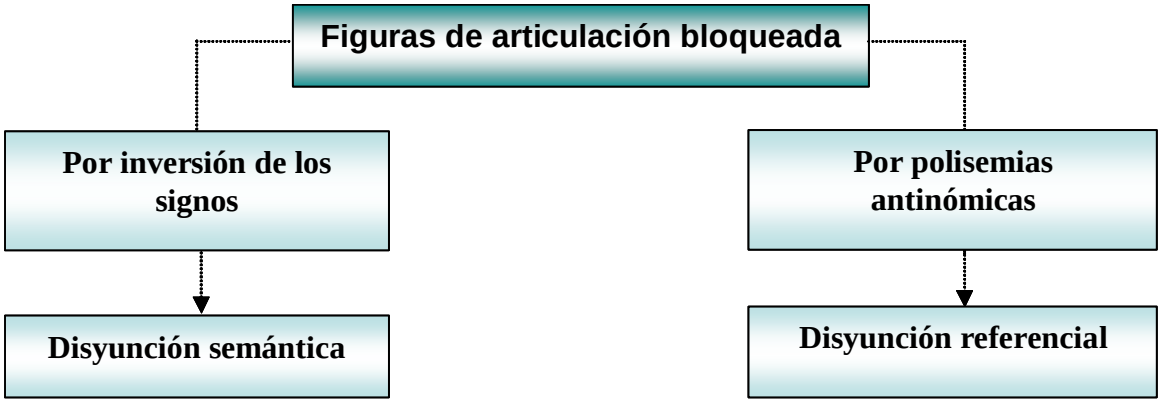
Al igual que Greimas, parte del supuesto de que el texto se "bifurca" y que se produce un "choque de palabras" resultando un discurso "normal" y otro "dislocado". La bifurcación estará a cargo, siempre, de homonimias o polisemias de significantes o de significados.

El planteamiento de Morin es similar a la propuesta de Greimas con referencia a la relación entre dos relatos: ella propone la existencia de un “disyuntor”, “(...) *con el que la historia así armada (normalización y locución) choca para girar tomando una dirección nueva y esperada*.” (MORIN, en AA.VV., 1972: 122)

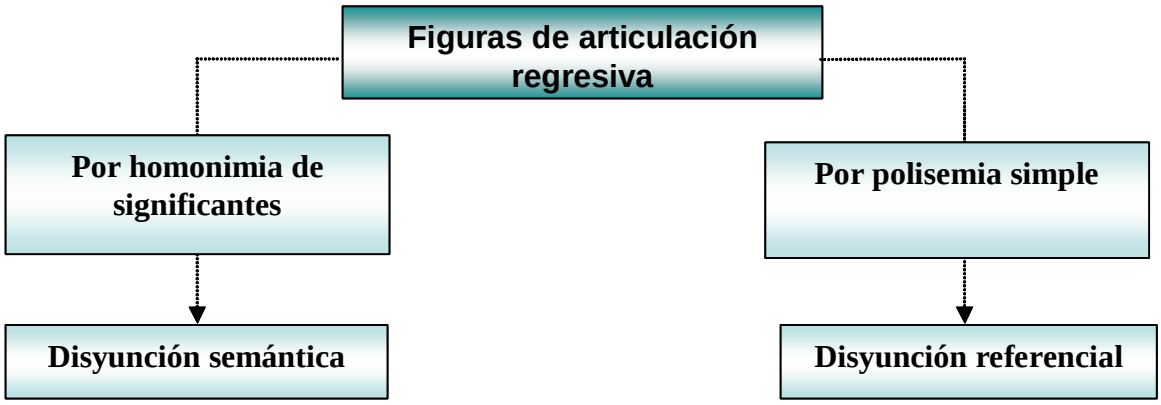
Además, la autora citada distingue distintos tipos de disyuntores, ya sean signos o referentes, de acuerdo con los que serán clasificados los relatos: relatos de disyunción semántica, cuando el disyuntor es un signo, y los relatos de disyunción referencial, cuando el disyuntor es un elemento al que se refieren los signos, o, lo que es lo mismo, un Referente.

La clasificación propuesta por la citada autora para los chistes está basada en las figuras polisémicas y homonímicas, es decir en la retórica clásica. Los esquemas que proponemos a continuación sintetizan los postulados sobre los cuales se enraíza su clasificación de las figuras de articulación:

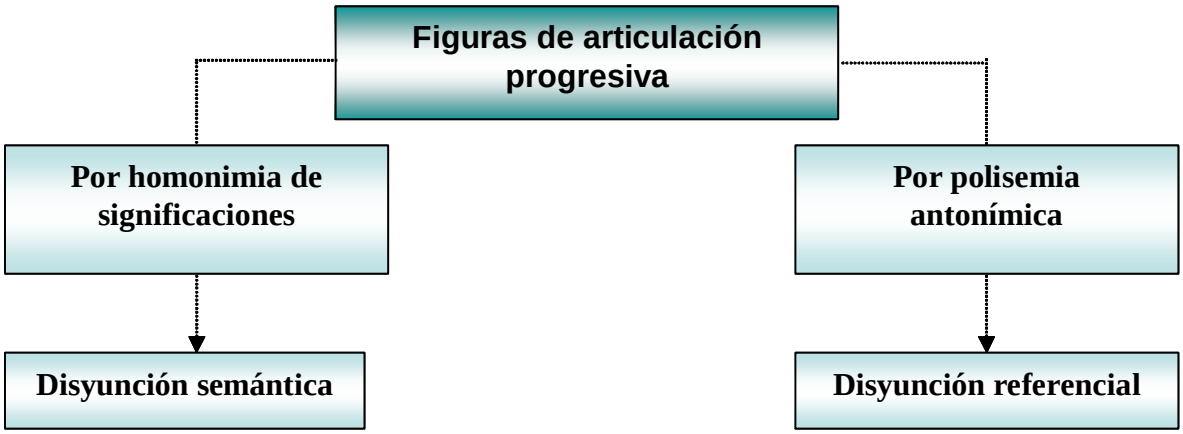
1) Figuras de articulación bloqueada



2) Figuras de articulación regresiva



3) Figuras de articulación progresiva



Fuente: Elaboración propia con base en los conceptos de Morin en AA.VV, 1970: 123-141.

5. El dibujo humorístico

No existe un consenso acerca del alcance del término "dibujo humorístico". La variedad terminológica y conceptual es tal que muchas veces "dibujo humorístico" es empleado indistintamente, a pesar de hacer referencia a una caricatura, por ejemplo. Los límites entre uno y uno no quedan del todo claros a la hora de establecer una clasificación que dé cuenta de las características inherentes a cada uno.

Violette Morin opta por considerar como "graciosos" en vez de "humorísticos" a varios dibujos extraídos de la prensa francesa, tomando como punto de referencia a las anomalías gráficas que proponen estos dibujos, en las cuales se puede reconocer la comicidad, es decir, ciertos rasgos o juegos de trazos que provocan rupturas de sentido, a las que llama "disyuntivas", ya que sustentan un sistema que es capaz de desencadenar en la risa.

De acuerdo con la autora, *"estas rupturas se disyuntan, de un trazo a otro del dibujo, por la yuxtaposición o la sucesión (diacronía narrativa, escalonada en varias figuras) de elementos sémicos incompatibles)."* MORIN, V. en AA.VV., 1970: 137) La risa es provocada cuando las articulaciones alcanzan el límite de su unidad narrativa. Si el dibujo se encuentra fuera de este sistema, para Morin, se convierte " *(...) en el mejor de los casos, en un dibujo prosaicamente artístico*." (MORIN, V. en AA.VV., 1970: 137)

La citada autora sostiene, además, que *"para imponerse como "gracioso", el dibujo debe comprometer gráficamente la ruptura de su secuencia narrativa"*. Es que lo gráfico está relacionado con lo escrito. La imagen, en algunos casos, es suficiente para presentar, en su superficie una disyunción completa. (MORIN, V. en AA.VV., 1970: 139)

El dibujo sin palabras tiene una mayor creatividad e invención de estilo que el dibujo que alterna con lo verbal: su comicidad está más realizada porque es enteramente visual, porque deslumbra al destinatario y lo sorprende. El dibujo, por sí solo puede restituir una disyunción, la cual puede tener contenidos sólidos acerca de determinadas prácticas de la realidad social, situaciones estereotípicas de la ciencia, los hábitos, la moda, las costumbres. Sin embargo, muchas veces la escritura compensa la falta de brillo en lo gráfico, y por medio de la instancia verbal le confiere mayor luminosidad.

Según Morin, los modos de complementariedad entre lo escrito y lo dibujado se pueden distribuir en tres grupos bien delimitados: en el primer grupo, se encuentran dibujos en los que la articulación disyuntiva deriva de la imagen, desplegándose allí técnicamente de un trazo a otro, sin que por ello medie disyunción alguna; un segundo grupo de dibujos presenta el esbozo de una

disyunción, que se realiza de manera similar tanto en lo dibujado como en lo escrito; un tercer grupo, muestra la presencia de la disyunción que opera por superposición de dos secuencias paralelamente normales, una dibujada y la otra escrita.

Hechas estas consideraciones, trataremos de revisar las definiciones conocidas del dibujo humorístico, que escapan a la perspectiva de Morin. Una definición esclarecedora al respecto, a nuestro juicio, es la que proponen Natalia Díaz e Isabel Polito, para quienes el dibujo humorístico pone en evidencia "*una determinada habilidad de visión de la realidad*", la cual es presentada de manera tal que los demás puedan reír con ella. (DÍAZ, N. y POLITO, I. en ESTEVA-GRILLET, 1992: 38)

De la definición precedente se desprende que el dibujo humorístico muestra otro punto de vista de la realidad. Al mismo tiempo, de acuerdo con las autoras, tiende a hacer una evaluación de la realidad, al interpretarla, y en consecuencia, tiende a ser crítico.

Violette Morin, en el artículo citado precedentemente, tampoco establece una diferenciación entre dichas categorías, ya que sugiere, hacia el final de su análisis, que todos los textos analizados deberían ser considerados como "graciosos", en la medida en que esos dibujos divertidos corresponden a la ironía, a la sátira o al retruécano, sin manifestar ningún humor. Sin embargo, la conjunción de estos elementos, en tanto exponentes de las anomalías gráficas, será el desencadenante de la risa.

Son las anomalías gráficas las que, justamente, provocan las rupturas de sentido ("disyuntivas" en términos de Morin). Dentro de esta perspectiva, en una caricatura se produce una ruptura del sentido importante. El hecho de que a una persona se le represente con una cabeza desproporcionada en relación con su cuerpo hace suponer una "disyunción"; de hecho, para Morin, la caricatura de un personaje es el "*grafismo disyuntivo básico*". (MORIN, V. en AA.VV., 1970: 142)

Muchos elementos referenciados por la autora, como los retruécanos, la ironía, la sátira, entre otros, son propios de la caricatura. Ahora, ¿cuál es el límite entre éstos? ¿Existe una línea divisoria entre los distintos géneros del humor gráfico? La cuestión pareciera aclararse cuando Morin propone la definición de "*chiste gráfico*", en el que el estilo del gráfico divierte al lector, al margen de la historia que se cuenta o de la disyunción que se produzca.

De lo expuesto hasta el momento se puede inferir que tanto el dibujo humorístico como la caricatura irrumpen en la ruptura de sentido. Morin suele emplear el término "caricatura" para sustentar su fundamentación sobre la disyunción en el dibujo humorístico. La cita que reproducimos a continuación sirve como ejemplo:

> *"Las caricaturas de Lévine no necesitan escritura alguna para establecer disyunciones en los personajes más conocidos, así como las de Bosc y muchos otros bastan para disyuntir sin escritura alguna los rasgos de conyugalidad solidificados con el tiempo: infidelidades multipolares, aventuras masculinas caracteres desabridos femeninos..."* (MORIN, en AA.VV., 1970: 139).

Algunos autores como Medina suelen denotar una marcada ambivalencia a la hora de establecer los límites entre el dibujo humorístico y la caricatura. Para Medina, el dibujo humorístico se caracteriza por la distorsión de sus elementos con el fin de acentuar las cualidades más representativas del tema en cuestión: "(...) *Todo en el marco de la interacción entre la gracia, la ironía, lo alegre y lo triste que se reúnen para conseguir un efecto chistoso"* (MEDINA, 1992: 13).

Los elementos propios de la caricatura, de acuerdo con el criterio de Medina, son los siguientes: distorsión, gracia, ironía, chiste. Además, considera que "*el dibujo humorístico se encuentra ligado a la caricatura*", a la cual revaloriza porque tiene la facultad de expresar una opinión, por medio de su carácter satírico. (MEDINA, 1992: 15).

De esta manera, la expresión de la opinión, en una caricatura, se formaliza a través de la distorsión, a la que se añade el componente grotesco: *"Se distorsionan y exageran ciertos rasgos para expresar claramente dicha opinión. Lo grotesco se combina con el ingenio para crear la caricatura"*. (MEDINA, 1992: 15).

De las consideraciones de este autor surge que la caricatura es un género que pertenece a un género mayor, el dibujo humorístico. Además, establece una diferencia entre dibujo humorístico y caricatura, aunque los rasgos constitutivos de cada uno no logran ser expuestos con claridad, y en determinadas oportunidades el límite entre ambos es ambiguo*: "la caricatura como tal es sólo uno de los posibles caminos que pueden tomar el dibujo de humor*." (MEDINA, 1992: 36).

De un modo un tanto generalizante cierra su trabajo expresando que el dibujo de humor traspasa los límites, en tanto género, de la caricatura y de todas las otras formas que le son propias: "*todas las modalidades que le son propias; las abarca todas"* (MEDINA, 1992: 40).

6. Humor gráfico, retórica, opinión y prensa

Sin voluntad de cerrar aquí la cuestión abierta, expondremos en este punto las conclusiones que se derivan de la conjunción de los siguientes elementos: el humor gráfico, la retórica, la opinión y la prensa. Pretendemos ofrecer una visión en conjunto, la cual se deriva de los apartados precedentes.

El humor gráfico contiene una serie de elementos propios de la actividad intelectual, cuya materia es la realidad. Ahora, ¿de qué manera puede ser abordada la realidad dentro de los límites del humor? ¿Cómo se puede decir aquello que está vedado? ¿De qué forma se puede manifestar la realidad a través de un chiste gráfico, el cual se construye como un texto más de opinión?

La Retórica es la herramienta más eficaz para dar respuesta a las preguntas precedentes. El chiste gráfico establece la posibilidad de la burla, de la crítica, de todo aquello que la realidad no permite hacer. La utilización de los recursos retóricos (tanto en el nivel gráfico como en el nivel verbal) potencia la capacidad descrita, que no es otra cosa más que la expresión de una determinada visión de los hechos, la puesta en ridículo, la búsqueda de nuevas significaciones que se desprenden de los nuevos efectos de sentido.

El humor constituye una excelente herramienta, a nuestro juicio, para la crítica, al permitir decirlo todo sin restricciones de ningún tipo. El humor desafía los límites del poder, de la dirigencia, de la realidad misma, y los aborda desde un lugar de privilegio: el del pensamiento crítico. Como se dice en chiste, está permitido.

Al margen de toda sanción, los chistes gráficos pueden emular críticas, violar reglas, opinar, tratar de persuadir, convencer, dar cuenta de una parte de la realidad, desenmascarar las hipocresías sociales.... Su poder es infinito.

El mayor riesgo del chiste gráfico es su exposición a la sanción y al juicio, que no siempre se funda en motivos constructivos, puesto que en su materialización quedan en evidencia todas las acciones arriba propuestas.

A esta altura, estamos en condiciones de afirmar que los chistes gráficos tienen un alto grado de influencia en la prensa. Al proponer una visión de la realidad novedosa, conforman una herramienta de opinión, de denuncia, de lucha.

Por todas las razones expuestas, los chistes gráficos tienen en la prensa la misma jerarquía que cualquier nota escrita, ya sea el Editorial, las notas de opinión o bien las notas de actualidad. Dada su importancia, no conforman textos de “segunda categoría” dentro del corpus de un periódico, en la medida en que ellos también dan cuenta de la realidad, la evalúan, la critican, la elogian, la ridiculizan, con una salvedad: su carácter gracioso, humorístico, es lo que lo permite.

Allí donde las demás texturas pueden titubear, los chistes gráficos emergen airosos para dar cuenta, desde su lugar, de lo mismo que dan cuenta los demás textos, pero con una diferencia: no les está vedado el recurso de la risa, que en definitiva, puede ser considerado como su fin último.

Bibliografía

- ABREU, C. (2001) "Hacia una definición de caricatura." En: Revista Latina de Comunicación Social, N° 40, de La Laguna (Tenerife). El artículo se halla disponible en: http://www.ull.es/publicaciones/latina
- ALBALADEJO MAYORDOMO, T. (1991) *Retórica.* Madrid: Síntesis.
- DURAND, J. "Retórica e imagen publicitaria" (1972) Ed. Lumen. Contemporáneo.
- FONT, D. (1981). *El poder de la imagen*. Barcelona: Salvat Editores.
- GRUPO m. (1977) *Rhétorique de la poésie*. Bruselas: Complexe.
- GRUPO m. (1992) *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen.* Madrid: Cátedra.
- JAKOBSON, R. (1975) "Lingüística y Poética." En: *Ensayos de lingüística general*, Barcelona-Caracas-México: Seix Barral. pp. 347-395.
- LAUSBERG, H. (1983) *Elementos de retórica literaria*. Madrid: Gredos.
- MEDINA, L. (1992). *Comunicación, humor e imagen: Funciones didácticas* del dibujo humorístico. México: Editorial Trillas.
- MORIN, V. (1970) "El chiste". En: AA.VV. *Análisis estructural del relato*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo. Versión de Beatriz Dorriots.
- MORIN, V. (1972) "El dibujo humorístico". En AA.VV: *Análisis de las imágenes*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.
- PERELMAN, CH. (1989) *Traité de l´argume ntation*, p. 5; "Introducción", a *Eléments d´une théorie de l´argumentation*, Presses Universitaires de Bruxelles, Bruselas, 1968, p. 7. PERELMAN, OLBRECHT-TYTECA, L. (1989). *Tratado de la argumentación: la nueva retórica.* Madrid: Gredos. Versión en español.
- TODOROV, T. (1970) "Sinécdoques". En: *Investigaciones retóricas II.* Buenos Aires: Ediciones Buenos Aires.