

RETÓRICA EN LAS LENGUAS IBERORROMÁNICAS

Actas de la sección Retórica en las lenguas iberorrománicas. Una ciencia fronteriza entre lingüística y literatura. XV Congreso de la Asociación Alemana de Hispanistas, celebrado del 1 al 4 de marzo del [sic] 2005 en la Universidad de Bremen. Editado por ALBERTO GIL y CHRISTIAN SCHMITT.
Bonn: Romanistischer Verlag, 2006.

El presente volumen es el decimoquinto de la serie de actas de congresos de Romanística, surgida por iniciativa de C. Schmitt, catedrático de la especialidad en la Universidad de Bonn. Las ponencias que contiene abordan la retórica desde su perspectiva interdisciplinaria, por lo cual las diversas contribuciones abarcan tanto aspectos lingüísticos como literarios, tematizando su importancia desde asuntos de la comunicación cotidiana hasta aspectos de estética mayor. Los ámbitos considerados son la retórica en los medios de comunicación, en la literatura, en el discurso político y en la historia, que incluyen respectivamente seis, cinco, cuatro y tres ponencias, gradación que probablemente refleja la gravitación de los referidos temas en los actuales estudios hispanísticos del ámbito de lengua y cultura alemanas.

Los seis artículos del primer capítulo enfocan fundamentalmente fenómenos retóricos de la prensa.

Klaus-Dieter Ertler (Graz) estudia las estrategias de argumentación moralista en el periódico español de fines de la primera mitad del s. XVIII *El Pensador* de José Clavijo y Fajardo (pp.3-15), que continúa una tradición discursiva iniciada en Inglaterra en 1709 por Richard Steele (*The Tatler. By Isaac Bickerstaff*) y 1712 (*Spectator*), establecida en Holanda entre 1714 y 1726 (*Le Spectateur, ou le Socrate moderne, où l'on voit un Portrait naïf des Moeurs de ce Siècle. Traduit de l'anglais*) y en Italia a partir de 1752 (*La Spettatrice, Gazzetta Veneta, Osservatore Veneto, Gli Osservatori Veneti, La Frusta Letteraria di Aristarco Scannabue, Il Caffè*). El mecanismo retórico de los Espectadores consiste en que un autor ficticio observa la sociedad contemporánea refiriéndose a una serie de opiniones de voces también ficticias divergentes de las suyas, lo que permite poner en marcha el sistema de la conversación argumentativa, creando a la vez el vínculo de contacto con las posibles ideas del lector y una estrategia discursiva para influenciarlo.

Claudia Polzin-Haumann (Bonn) también trata el tema de las estrategias retóricas y tipos de argumentación, pero referidos a la información de la prensa española sobre ETA (pp. 87-109). La autora obtiene los fundamentos teóricos para el enfoque del valor retórico de textos de los conceptos tradicionales de Aristóteles (*logos*: lo enunciado por el emisor; *ethos*: su punto de vista al respecto y *pathos*: la reacción que el texto produce en el receptor), los que pone en relación con las funciones lingüísticas de K. Bühler (simbólica, sintomática y apelativa), privilegiando el efecto comunicativo denominado tradicionalmente *persuadere* (*docere, delectare, movere*) y destacando sus instrumentos llamados 'marcadores discursivos' (ing. *hedges*), especialmente de nivel tipográfico (las comillas) y léxico (los adjetivos), así como el vocabulario ideológico constituido por eslóganes y nociones vagas o vacuas de

connotación positiva o negativa ('miranda' y 'anti-miranda' en la terminología de H. Girth) y por las denominaciones con valor de etiqueta que contienen referencia y valoración. Sobre la base de un prolijo análisis de prensa representativa, la autora concluye que "el rasgo más característico de las argumentaciones documentadas en nuestro corpus consiste precisamente en la falta de los argumentos concretos". La argumentación se basa en *miranda* y *anti-miranda*, alusiones indirectas, insinuaciones y otros elementos. Así sería quizás más adecuado hablar de una 'pseudo-argumentación', aunque, sobre todo en relación con *El País*, acepta que "se podría establecer un escala que va desde la información, pasando por la persuasión, hasta la manipulación" (p. 106).

Eileen Hudson (Montevideo) completa la temática de las técnicas estratégicas-retóricas con su estudio de las relaciones texto-imagen en revistas juveniles uruguayas (pp. 55-63). Analiza las causas del enorme éxito en la juventud de las revistas de moda y actualidad *Pimba* y *Neo*, distribuidas gratuitamente. Según la autora, ellas constituyen un caso de perfecta amalgama entre cultura y civilización, son fenómenos colectivos y compartidos por 45.000 lectores, La armonía entre tamaño, tipografía, imágenes y textos hace que todo tenga un porqué y un significado preciso, lo que ha logrado crear una moda esencial: existe un modo de ser *Pimba* y un modo de ser *Neo* (p.63).

Los artículos de Ch. Schmitt y E. Feig se concentran en el análisis de figuras retóricas y tropos.

Christian Schmitt (Bonn) describe (pp. 111-126), sobre la base de precisa introducción teórica, excelente información bibliográfica y de evaluación de un amplio corpus, la muy frecuente utilización de metáforas en la información deportiva, especialmente la relativa al fútbol, y demuestra que ésta en general solo muy periféricamente responde a valores literarios o poéticos, sino que constituye esencialmente un mecanismo para "el entretenimiento del lector", que "contribuye a elevar [sus] emociones e influirle cognitivamente", un "[aliciente] para la compra y la lectura en el fragmento de contacto de los titulares, por así decirlo un argumento abreviado" (p. 126)¹.

Éva Feig (Bonn) analiza basada en la presentación de los atentados del *11-S* y del *11-M* en *El País* las figuras retóricas de repetición como índice de subjetivización y modalización emotiva en la prensa (pp. 17- 54). Dado que objetividad, claridad, precisión y concisión constituyen principios o *desiderata* del lenguaje periodístico, podría inferirse que el amplio uso de la figura retórica de repetición como signo lingüístico emotivo atenta contra la naturaleza de textos de dicho género. Pero

¹ Convendría consultar también otro artículo del autor sobre igual tema: Schmitt, Christian. 2008. Sport und Krieg. Zur Instrumentalisierung der Metaphorik im heutigen Spanisch. En Joachim Born / María Lieber (Herausgeber), *Sport in der Romania*, pp. 128-145. Wien: Praesens Verlag.

el hecho de que determinados temas de información (por ejemplo, de alto valor emocional) recurren no obstante con gran frecuencia a la repetición, obliga a plantearse la cuestión general acerca de la afinidad entre ciertas figuras retóricas y el tipo de texto periodístico, lo que lleva a una reformulación de la categorización a priori de las figuras retóricas y de la caracterización formal de los textos en que aparecen. La autora adopta un modelo de cuatro funciones lingüísticas (informativa, sintomática (que llama expresiva), apelativa (que llama impresiva) y estética, en el sentido de R. Jakobson) y define la repetición como “recurrencia intencionada de un elemento formal –tanto fonema, como morfema, lexema, sintagma o frase entera, como también contenido semántico o estructura formal– en el seno de un enunciado, sin que exista una necesidad puramente gramatical ...[con ello produce una retardación inesperada, pero razonada]... con el fin de comunicar connotaciones” (pp. 31 y ss.). Luego clasifica y define los tipos de repetición que se dan en los textos analizados, determinando que su función es mayoritariamente apelativa y expresiva (ca. 45% y 30% respectivamente), en menor grado informativa (ca. 21%) y escasamente estética (ca. 4%). En suma, concluye que *Repetitio mater est persuasionis* (p. 49).

Daniela Pirazzini (Bonn) se plantea si los nuevos medios electrónicos de comunicación tales como ‘foros de debate’² implican una transformación de los recursos retóricos. El análisis de los planos de estructuración del discurso de los foros de debate (el tema que se va a discutir, los diversos comentarios al respecto enviados por los participantes y las respuestas a cada comentario (p. 73)) la lleva a la conclusión de que, tal como se ha descrito para la retórica oral de la Antigüedad, en los actuales foros de debate se formulan fundamentalmente razonamientos causales en la inmediatez del contexto propio de la comunicación, en el sentido de que el enunciado final de la propuesta de cómo solucionar un problema o situación conflictiva toma su carácter de conclusión para otro enunciado (desea, necesita hacer algo) solo en función de un tercero en el cual descansa en definitiva el edificio argumentativo, en cuanto es la causa del deseo o la necesidad: “A causa de *q* -> quiere hacer *p* -> propuesta de cómo solucionar *q*” (p. 80).

Las cinco ponencias del ámbito de la retórica en literatura presentan un tema de carácter general, en tanto que cuatro se centran en autores y obras concretas.

Kurt Spang (Pamplona) en su trabajo *Literatura y persuasión* (209-217) describe y explica las relaciones naturales y conflictivas entre literatura y retórica, concluyendo que “la retórica persuade con argumentos mientras que la literatura ‘predica con el ejemplo’ [presentando] al receptor una opinión o una cosmovisión arropada en una situación ficticia particular pero con validez general y universal. [Ambas] se compenetran ... en el empeño de persuadir, [por lo que] tanto en la producción

² Para una amplia descripción del concepto véase López García, Guillermo. 2005, pp. 111-115. *Modelos de comunicación en internet*. Valencia: Tirant Lo Blanch.

como en la recepción es imprescindible dominar la herramienta retórico-persuasiva para escribir y comprender cabalmente una obra literaria” (p. 217).

Henrike Amian (Bonn) estudia la clave estilística de la novela *El Jarama* de Rafael Sánchez Ferlosio (pp.133-150), la que según ella consiste en que el empleo de elementos marcados de coloquialidad logra en el texto una dimensión subjetiva que provoca la proximidad afectiva entre el lector y el narrador ficticio, en cuanto “se entremezclan los rastros personales del habla de los protagonistas con la presentación de la instancia narradora –una especie de intertextualidad dentro de la misma textura”. (p. 150). No se trata, pues de un mero recurso estilístico sino de un mecanismo que permite la recepción literaria desde una perspectiva de percepción natural.

Enrique Banús (Pamplona) se ocupa de la pérdida de validez del argumento de autoridad en dos obras de épocas diversas, *El Libro de Buen Amor* del Arcipreste de Hita y la novela *Obabacoak* escrita en vasco y traducida en 1989 por Bernardo Atxaga (pp. 153-169), comparación que se legitima en la, por cierto rebuscada, similitud de ambas obras atendiendo a que 1) se trata de libros misceláneos, 2) son obras en las cuales el libro, el texto, el relato es *tema* del texto, uno de los temas en *El libro de Buen Amor*, quizá tema único o al menos principal en *Obabakoak*, 3) ambos textos mencionan (o citan) el antiguo Testamento y a Aristóteles y, la similitud más importante 4) los dos textos se sitúan en tiempos de crisis (p. 153-155).

Rosario Herrero (Saarbrücken) analiza los problemas que plantea la traslación interlingual de las figuras retóricas de la lírica sobre la base de la valoración de cuatro traducciones del poema *Blumenmuskel* de Rainer Maria Rilke (pp.171-191). Concluye que una escasa conciencia de los recursos retóricos formales conlleva igualmente un desajuste en la transmisión del contenido, y que las figuras retóricas no son tan solo procedimientos lingüísticos puntuales, sino que se encuentran en relación de tensión con el resto de componentes y recursos del poema, pudiendo funcionar incluso como principios estructuradores y determinar el diseño del texto (p. 186).

Rocío Sánchez (Basel) describe la concepción de la poesía de Jorge Luis Borges, justificando solo en el apartado final el título de su ponencia “*Arguments convince nobody*. Una idea de Emerson observada por Borges” (pp. 193-208). Borges empleaba dicha frase para citar a Emerson, aun cuando éste tal vez ni la formuló de ese modo, para aludir al escepticismo de ambos y a su común concepción del hacer y vivir literarios. Con las palabras de Borges “[...] el intelecto (la vigilia) piensa por medio de abstracciones, la poesía (el sueño) por medio de imágenes, de mitos o de fábulas. Así lo hace Platón en sus diálogos [...]. El maestro del género es, en mi opinión Emerson” (cit. en p. 207).

Dos de las cuatro ponencias del ámbito “Retórica en el discurso político” tematizan procedimientos discursivos en este género y dos de ellas en autores determinados.

Christina Becker (Bonn) estudia en textos político-satíricos los juegos de palabras (pp. 221-247), que define como “alteración lúdica, con efectos sorprendentes para el receptor, como figura retórica que evoca broma, humor, burla y sátira en la

conciencia del lector [...] es una anomalía lingüística o una ruptura de la norma y de convenciones”, distanciamiento que debe ser interpretado y descodificado por los receptores. Utilizando abundante material de textos e imágenes de tebeo describe el juego con siglas (ZP= Zapatero Presidente -> *Zapatero, please*), el juego de palabras horizontal (*Zapatero a tus zapatos ...cero patatero*), el cruce léxico (*De Clinton, Lewinski ¿ Y de Bush? ¡Aznarinski!*), la derivación deonomástica (*Aznarato*), el juego con el significante del nombre propio (*Ansar y Sepaterow* (pronunciación incapaz de Bush)), la alusión (*El zapatero de la triste figura*) y el medio grafemático (*[Aznar es un] ser-vil*).

Judith Visser (Bonn), también apoyada en amplio material de textos e imágenes, se ocupa del papel de la intertextualidad en el discurso político (pp. 289-313). Los textos de referencia que la autora determina en su material pertenecen en su gran mayoría al ámbito de películas, series de televisión y sus personajes típicos; en segundo lugar, se trata de alusiones a obras literarias, ocasionalmente cuentos de hadas y, en menor proporción, a la serie de cómic *Asterix*, a nombres de periódicos deformados y a frases muy conocidas de políticos. El resultado del trabajo muestra que “la referencia a otro texto puede ser un importante medio de persuasión [...] el locutor informa al lector, pero al mismo tiempo le causa divertimento, gana sus simpatías, le conmueve e incluso estimula sus sentimientos de rechazo frente al adversario. En resumen, nuestros antiguos conceptos del *docere*, *delectare* y *movere* siguen vigentes y altamente productivos en la retórica tanto política como del día a día” (p. 304).

Eva Chmura y Uta Helfrich (Göttingen) analizan retórica, ideología y caracterización en los discursos de Franco (pp. 249-271), considerando 18 discursos dirigidos al pueblo, que contienen 56.960 palabras y abarcan con mayor frecuencia los campos semánticos de estado, guerra y paz, política, enemigo y religión. Dentro de ellos las autoras determinan y cuantifican las palabras-clave de cada ámbito y la evolución de su empleo a lo largo de la dictadura. El análisis demuestra que Franco emplea los referidos conceptos-clave de forma que constituyen una serie estereotipada de argumentos, y funcionan como estrategias discursivas al servicio de su ideología y de su política. En suma, “la categorización ideológica es un recurso retórico eficaz para condicionar a los receptores en sistemas totalitarios, a través del cual se activan reflejos automatizados en el modo de pensar y actuar” (p. 262).

Alberto Gil (Saarbrücken) investiga las relaciones entre las pruebas aristotélicas inherentes al discurso (*ethos*, *logos* y *pathos*), sobre la base del “sermón político” de *Ariel* de Enrique Rodó (pp. 273-288). Como resultado de su análisis general y específico, el autor indica que “podemos confirmar que en discursos con una fuerte carga de *Ethos* y *Pathos* la lógica del *Logos* se apoya fundamentalmente en la autoridad del hablante (su *Ethos*) y en la carga afectiva del discurso (el *Pathos*), que así penetra no sólo mental, sino también sensiblemente en la cabeza y en el corazón de los oyentes. No se trata de una suplencia de los argumentos, sino de su sensibilización. Los medios para conseguirlo son de diversos tipos. En el *Ariel* hemos llamado la atención sobre instrumentos explícitos –como el uso del pronombre de

primera persona, la concesión– e implícitos, del tipo repeticiones [de binomios y trinomios de términos casisónimicos], comparaciones, contrastes y referencias a otros autores. La cuestión [de] hasta qué punto estos medios son generalizables o más bien culturalmente específicos [...] abre a la investigación la perspectiva de una retórica comparada, donde el análisis de los contrastes perfila más claramente los diferentes modelos culturales del discurso” (p. 285).

En el último apartado, Retórica en la historia, se reúnen tres ponencias, que presentamos en orden ascendente de generalidad temática.

Christoph Müller (Aachen) compara y evalúa la concepción de la retórica del español Ignacio de Luzán y del portugués Luis Antonio Verney en el s. XVIII (pp. 355-363), demostrando que, pese a que persiguen objetivos diferentes –el primero pretende dar reglas para el manejo del arte de hablar, en tanto que el segundo privilegia la crítica de la práctica de los discursos contemporáneos– coinciden no obstante en puntos esenciales, en cuanto ambos entienden que la persuasión es fin primordial de la retórica, ambos exigen la clara estructuración del discurso, así como su utilidad para la sociedad, ambos propugnan la naturalidad del hablar y la adecuada utilización de mímica y gestos, y, lo más importante, ambos están insertos en la tradición clasicista de la retórica, siguen los mismos modelos del s. XVIII y proponen igual método de aprendizaje para hablar bien. Por último les hermana el común destino de no haber llegado a renovar el arte de la dicción en su época, ya que la obra del primero solo fue publicada en 1991 y la del segundo fue rechazada por su destinatario, la orden de los jesuitas (v. p.163).

Sybille Grobe (Postdam) examina el contenido y describe los rasgos característicos de textos del Siglo de Oro normalmente descuidados por la investigación retórica (pp. 317- 335). Se trata de los llamados secretarios o manuales o tratados epistolares o tratados de correspondencia, que son colecciones de preceptos y modelos epistolares, que tienen su origen en la amplia tradición medieval de la retórica epistolar representada por las *artes dictandi* y *dictaminis* junto al *ars notariae*, que estaba enfocado al formulario y a la carta notarial. La autora muestra en un perfil histórico que incluye su desarrollo medieval y moderno, la rica tradición discursiva y la muy acotada normalización de este tipo de textos, lo que justifica plenamente su estudio retórico.

La ponencia “Retórica en el español medieval” (pp. 337-354) de Eva-Maria Guida (Heidelberg) trata detalladamente el lema *retórica* utilizando el rico material del *Diccionario del español medieval* que Bodo Müller ha dirigido en Heidelberg, lo que le permite criticar fundadamente los respectivos artículos de los diccionarios etimológicos en uso y revelar fuentes poco conocidas para la datación del vocablo, así como diversas acepciones de la actividad retórica en la historia. Como importantes conclusiones de su ponencia la autora anota que la palabra *retórica* se documenta en español más temprano que en las vecinas lenguas iberromances, siendo el número de registros mucho mayor que lo que se desprende del Diccionario de Corominas-Pascual y del corpus histórico de la RAE (CORDE) y que la vacilación entre *retórica*

y la frecuente forma *rectórica* del español medieval se debe a la interferencia con *rector* tanto en sentido semántico como formal (pp. 352 y ss.).

Sin duda que constituye un especial mérito de este volumen el hecho de que todos los colegas de habla alemana hayan escrito sus contribuciones en intachable español. Solo muy aisladamente se aprecian errores tipográficos y desviaciones de la norma lingüística. A los primeros corresponden *occurrido* (p.19) por *ocurrido*; *generalmente hablado* (p. 89) por *generalmente hablando*; *uno de los retos más grande...*; *escitura* por *escritura* (p.197); *ultilitario* por *utilitario* (p. 273). Entre los segundos cabe mencionar los siguientes: en el título del volumen se añade incorrectamente el artículo definido al año de celebración del Congreso; uso preposicional erróneo en *reanuda con la tradición satírica quevedesca* (p. 7); el gentilicio de Uruguay es *uruguayo* y no *uruguayano* (p. 121); la traducción del inglés *excitement* es ‘excitación’, ‘entusiasmo’, no **exitamiento* (p. 197, 198); el adverbio es *aparte* y no *a parte* (p. 251); *como se todo el mundo sabe* (p. 122) puede ser un mero error tipográfico o un cruce de *como se sabe* y *todo el mundo sabe*.

Las *Actas* reseñadas, con la natural y típica disparidad de las ponencias de congresos, constituyen un utilísimo instrumento de acceso informativo al estado de la investigación de un tema de gran actualidad, a la metodología y a los instrumentos bibliográficos manejados por los miembros de una importante asociación europea de hispanistas.

NELSON CARTAGENA

Universidad de Heidelberg, Alemania