

**raúl alberto
domínguez rendón**

**APROXIMACION
SEMIOTICA AL
RENACIMIENTO DE LA
MAQUINA RETORICA**

“La historia de la reflexión sobre el lenguaje comienza al mismo tiempo que la historia de toda la cultura humana. A nuestros ojos se dibuja una tradición secular, rica pero desconocida, que tenemos que reinterpretar y reevaluar... En esa tradición ocupa un lugar preferente la retórica... primer signo de la conciencia humana del lenguaje”.

T. Todorov. “Literatura y Significación”.

INTRODUCCION

Hoy asistimos al renacimiento y resurgimiento triunfal de un metalenguaje antiquísimo al que la modernidad le había expedido certificado de defunción en el siglo XIX. Y como responsable de tal restauración de la retórica comparecen, entre otros lenguajes, la Publicidad y el Sistema de la Moda. vástagos de una de las coyunturas fundamentales en la implantación de la modernidad occidental: la Revolución Industrial. Entre finales del siglo XVIII y principios del XIX hubo transformaciones trascendentales en el sistema de producción industrial como la innovación de la maquinaria mecánica, la división y especialización del trabajo proletario y el descubrimiento de nuevas fuentes de energía combustible, lo que significó una superproducción en serie y el aumento extraordinario de los stocks. Vender se volvió más difícil que producir y estrategias como la publicidad y la moda se propusieron, con su eficaz capacidad persuasiva, incrementar una demanda que moderara el exceso de oferta. El capitalismo ya no se limita a la contradic-

* Esta es la primera parte de su Monografía, presentada en el postgrado de Semiótica y Hermenéutica del Arte, titulada “La Retórica: Ave Fénix en el Reino de la Publicidad”.

ción Capital-Trabajo, al lado del burgués y el obrero surge el consumidor quien con su capital de Necesidades cierra el circuito Producción-Consumo. Es esa dinámica de la obsolescencia, contraria a las sociedades artesanales y autárquicas, en las que la producción determina el consumo, la que caracteriza la "sociedad de consumo" actual. En este punto la publicidad cumple un papel vital en la estrategia de marketing ya que, en la medida que convierte deseos superfluos en necesidades compulsivas, garantiza la venta máxima de mercancías. Como proceso creativo retórico la publicidad tiene la facultad de hacer más atractivos y deseables toda clase de bienes y servicios en la medida en que los carga de valores, connotaciones y sentidos; a través de ella no se consumen ya valores de uso sino valores-signos, símbolos e imágenes. En alianza con la moda, basa su seducción en la forma y el estilo del objeto más que en su contenido o función.

En el mismo contexto, el gran desarrollo de los mass-media implicó el ingreso en la cultura de masas y del espectáculo o en lo que algunos llaman el "orden de los simulacros". Los medios audiovisuales adquirieron un poder ingente capaz de influir en la vida cotidiana y participar en todos los nuevos mitos y ritos de la actual civilización, manipulando todo tipo de signos, símbolos y arquetipos constituyentes del imaginario colectivo. Dichos medios implicaron el paso de la tradición oral y de la conversación a una cultura visual y de la contemplación, la transición de una retórica oratoria orientada al oído a una retórica icónica dirigida al ojo: en otras palabras, la imagen desplaza la palabra sin eliminarla, claro está. En este ámbito, la imagen publicitaria, que por su vocación seductora y retórica perdió su inocencia, devi-

no en un eficiente instrumento ideológico y en una auténtica pedagogía que impone gustos, valores, actitudes, opiniones, estilos de vida y modelos de identificación al gran público. Apoyada en el inmenso poder persuasivo que lo verosímil ostenta en la democracia, despliega un prestigio y autoridad omnímodos sobre los hombres. Y en ese desplazamiento de Prometeo (producción) por Hermes (comunicación e intercambio) la retórica renace de sus cenizas, recupera su reputación y dignidad gracias a la publicidad. No debe ser mera coincidencia que el dios de la elocuencia y mensajero de los dioses, lo sea al mismo tiempo de los comerciantes y ladrones.

La retórica, tanto en su aspecto teórico como práctico, se puede considerar como un fenómeno de semiosis que presenta tres dimensiones que comprenden desde la producción hasta la recepción del discurso:

1. **Sintáctica** (signo-signo): se refiere a la relación estructural y formal de los signos entre sí.
2. **Semántica** (signo-"realidad"): alude a la relación de sentido entre los signos y el referente.
3. **Pragmática** (signo-usuarios) tiene que ver con los actos de habla y sus destinatarios.

Desde la misma Edad Media y hasta hace muy poco tiempo la retórica, ese mapa de comarcas desaparecidas y fronteras modificadas, se restringió a una teoría y clasificación de las figuras y los tropos. Esa inclinación esteticista y taxonómica por el ornatus explica el sentido negativo y peyorativo que le fue asignado como exceso, ostentación, falsedad, degeneración, ilusión, artificio, afectación. No obstante, las neoretóricas sustentadas en los últimos años recuperan la matriz aristo-

télica de la retórica como teoría de la argumentación, como "ciencia" de la elocuencia y del discurso persuasivo. Es decir, actualmente se hace una recuperación de la orientación pragmática y semántica del "arte de hablar bien", el cual había sido absorbido por la perspectiva formalista y sintáctica. Valga aclarar sin embargo que a la semiótica de la publicidad le falta mucho camino por recorrer en esa dirección y apenas está superando la concepción exclusivamente estructuralista. A lo mejor este trabajo, dados su delimitación e intereses específicos (realizar una primera aproximación y reconocimiento a la retórica publicitaria), no logre trascender el marco puramente sintáctico y clasificatorio. Si por lo menos se constituye en un manual didáctico para los aprendices en asuntos del lenguaje y la imagen, nos daremos por satisfechos.

Proponerse un tema como la retórica, tan vasto que ocupa anaqueles enteros en las bibliotecas, es una empresa que desborda de por sí cualquier presupuesto; más aun cuando se lo conecta con la publicidad, uno de los códigos fundamentales de nuestra cultura postindustrial en tanto bombardea con una masa infinita de mensajes e influye en la mayor cantidad de individuos. A sabiendas y como tema para posteriores trabajos se deja pendiente el desarrollo de importantes asuntos y problemas relacionados con una semiótica de la imagen publicitaria más inclinada a la semántica y la pragmática. Es necesario investigar la función de la publicidad en el marco de fenómenos como el gasto, el lujo y el consumo humanos, su papel en las estrategias de diferenciación y clasificación social. Habría que abordar una interpretación semio-sicoanalítica del manejo motivacional y conductista de las pulsiones, emociones, valo-

res, sentimientos y deseos, que hace la mayoría de anuncios comerciales y propagandísticos. Ya se han adelantado algunos estudios sobre el impacto audio-visual, el estímulo de la percepción, la sugestión de la conducta y la manipulación del inconsciente que lleva a efecto la Publicidad Subliminal poniendo en juego ciertos símbolos y colores e implementando técnicas incitantes como la sintetizada en el modelo AIDA, que postula como objetivos del mensaje: atraer la Atención, suscitar el Interés, estimular el Deseo y provocar la Acción. Sería interesante analizar como el exceso de sentido y el abuso con las connotaciones, impulsados por el afán de sorprender y convencer al consumidor, ha implicado una tendencia a la irresponsabilidad ética y a la mediocridad estética en la creación publicitaria y por ende a su precipitación en el terreno del peor kitsch. En contraste, podría examinarse las íntimas relaciones y la derivación de la retórica publicitaria en una auténtica poética, es decir su estudio como un proceso estético. Así mismo verificar la hipótesis de que en la actual civilización de la imagen y los mass-media se presenta cierto retorno a lo simbólico, al redescubrimiento y revalorización de mitos, ritos y símbolos arcaicos; examinar hasta qué punto la publicidad alimenta la necesidad, viva en el hombre icónico contemporáneo, de ilusiones, sueños, quimeras, imágenes, ficciones, fantasías y símbolos; establecer de qué formas recrea retóricamente los valores supremos de la vida (origen) y la muerte (más allá), del bien y el mal, del odio y el amor, del yo y el otro, de la libertad y el destino, de lo femenino y lo masculino, del sexo y la violencia, etc. Para estas investigaciones sería preciso trascender los mensajes estáticos (revistas y vallas) y pasar a una semiótica

de la imagen en movimiento (cine y televisión).

En el estudio de la retórica que se expone a continuación se esboza una breve historia desde su temprano surgimiento en la democracia griega hasta su reconsideración actual. En la segunda parte se hace una descripción de la red taxonómica de la **tejné retoriké** y su reducción a la **Elocutio** (**ornatus**: tropos y figuras), apoyada en la tradicional oposición entre lenguaje propio y figurado, así como la presentación de algunas críticas a esta concepción. Luego, se exponen definiciones de la retórica y clasificaciones de las figuras sustentadas en principios lingüísticos y semióticos más rigurosos y coherentes. En una cuarta parte del trabajo, que no se publica aquí, se aborda propiamente la retórica de la imagen publicitaria y se analiza su funcionamiento como sistema de comunicación, sus niveles de codificación y sus formas de lectura e interpretación; esto haciendo la salvedad de que no se trata de una retórica exclusivamente visual sino que se enfrenta un código mixto verbal-icónico, unos mensajes donde palabra e imagen se complementan mutuamente. Finalmente en el quinto capítulo de la monografía, se propone la definición de las figuras y tropos más utilizados en publicidad y se muestran ejemplos alusivos a cada uno. El corpus o muestra de mensajes, observados y clasificados, se compone de una serie de avisos publicitarios recolectados de revistas colombianas entre 1988-91, anuncios que aunque aparecen en forma aislada se integran en un conjunto que es la campaña y ésta en una estrategia general de marketing.

I. HISTORIA Y SITUACION ACTUAL

La retórica clásica, primer testimonio en la tradición occiden-

tal de una reflexión sobre el lenguaje, nació en Sicilia a mediados del siglo V A. C. y reinó hasta el siglo XIX, cuando la modernidad la relegó al olvido. Desde su mismo nacimiento, como consecuencia del desplazamiento de la tiranía por la democracia y la república en el mundo griego, estuvo vinculada a las luchas por el poder. Con la destitución de los tiranos en Siracusa se iniciaron procesos al derecho de propiedad y la elocuencia retórica, el discurso persuasivo, se convirtió en una herramienta política, en una técnica pragmática que permitía convencer a un interlocutor, en las asambleas o tribunales, de que una causa era justa. La elocuencia, el elemento más persistente en la historia griega, sólo podía ser eficaz en un Estado libre y democrático: "la democracia es la condición indispensable para el florecimiento de la elocuencia, de manera recíproca, la elocuencia es la cualidad superior del individuo que pertenece a una democracia: ambas son imprescindibles" ⁽¹⁾. La palabra y la oratoria se convirtieron en un instrumento de poder para los ciudadanos, libres e iguales ante la ley, que rivalizaban y confrontaban las opiniones más diversas en la plaza pública de la polis griega. En este pueblo de artistas, que vivió más de representaciones míticas que de verdades fieles a la historia y donde se dio una enorme valoración al discurso, la educación del ciudadano en el saber hablar bellamente se constituyó en un ideal supremo.

En ese contexto surgieron los primeros grandes retóricos, léase sofistas, como Córax y Empédocles en Sicilia, Tisias, Lisias y Gorgias en Atenas, quienes dan inicio a todo un nuevo período de la filosofía. Estos "maestros de sabiduría", fundadores de la pedagogía, se propusieron la educación política de la aristocracia, la formación

espiritual de los caudillos y hombres de estado cuya principal cualidad debía ser la de buen orador, así como Pericles. Los sofistas, extranjeros profesionales de la palabra, encuentran sus discípulos entre la juventud de las ciudades, principalmente entre los hijos de los ricos y poderosos quienes los acogen en sus palacios a cambio de sus discursos y su cultura. Sin embargo, maestros como Protágoras, Gorgias y Lisias encontraron un adversario implacable en **Sócrates** quien dudó acerca de que estos "educadores de hombres" pudieran enseñar la **areté** ("virtud") a los jóvenes. El filó-

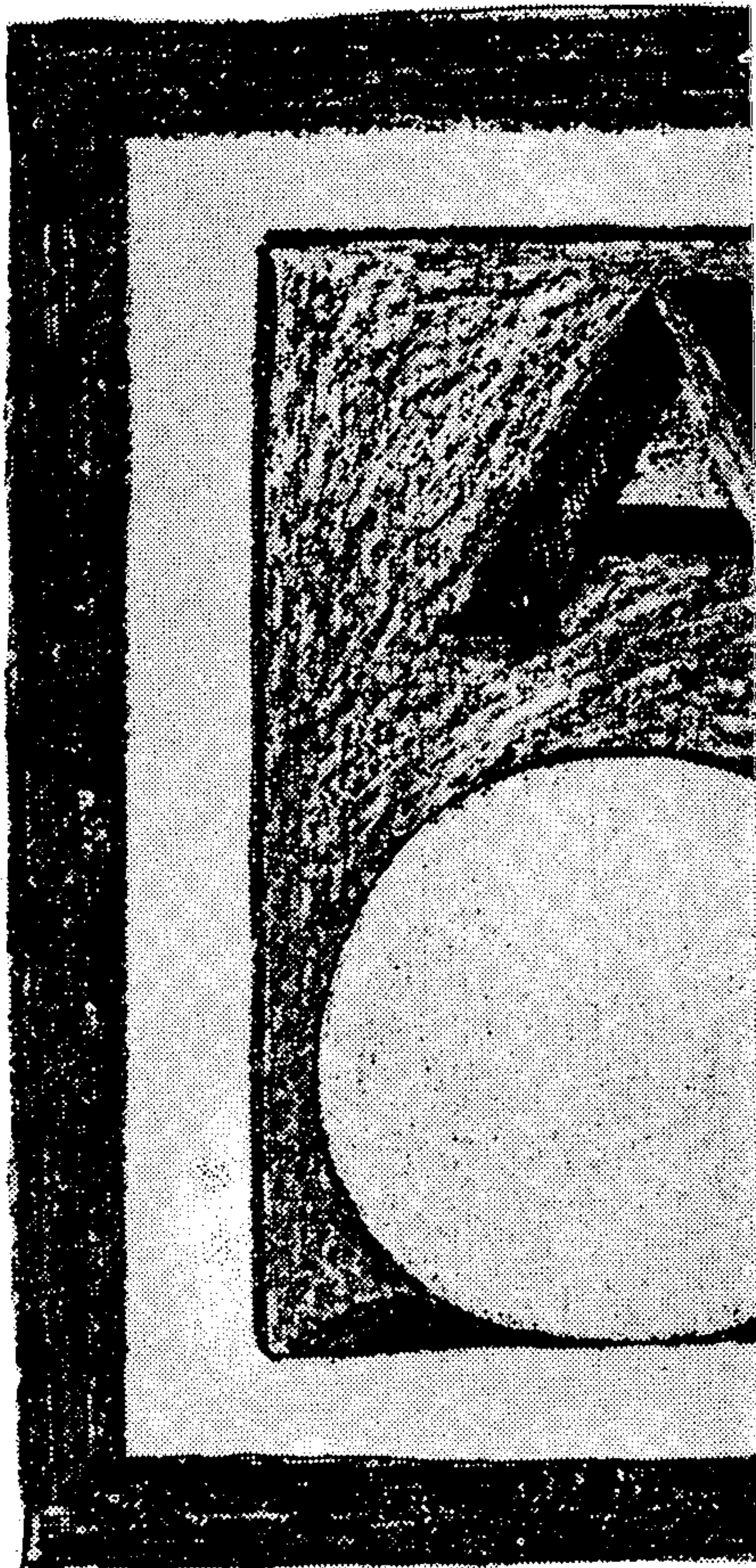
sofo se tomó la misión de desenmascarar a esos "falsos pretendientes" y "corruptores de la juventud" que desvinculaban el saber de la virtud.

Sócrates sostenía que la multitud que rodeaba a los sofistas, dada su ignorancia, se dejaba arrastrar por el placer antes que por el bien y la verdad; que por su debilidad moral se dejaba tentar por la satisfacción de los apetitos sensuales y convertía lo agradable en criterio de todos sus actos. Los sofistas seducían, según él, porque tenían la capacidad de sugerir a sus oyentes, por medio de su elocuencia, certezas aparentes en lugar de convencerles a través de la verdad y el saber; sugestionaban a la masa ignorante y la inducían al error y al vicio con el encanto de los artificios, la adulación y las imágenes engañosas. Así, se presentó todo un enfrentamiento entre la **paideia** ("cultura") sofística y la socrática, entre la retórica y la filosofía dialéctica, que Platón desarrolló en sus Diálogos "Protágoras", "Gorgias" y "Fedro". Este debate encarnizado no fue óbice para que muchos, desde Isócrates, incluyeran a Sócrates entre los maestros de la sofística y lo consideren como el más grande de los técnicos de la elocuencia persuasiva.

En sus obras **Platón** desacredita, ridiculiza y denuncia a los sofistas como una amenaza a la verdad; considera que la oratoria retórica, como arte de la palabra y la elocuencia, confiere un gran poder incitador de las pasiones e instintos a quien la domina y le permite imponerse en los debates librados en las asambleas del pueblo. Considera, y ese fue el juicio que se impuso en la valoración del fenómeno, que la persuasión retórica es todo un arte de la ilusión, el engaño y la simulación que se fundamenta en imágenes, apariencias y opiniones ("doxa").

nunca en la verdad científica ("episteme"), la moral o el bien; para él una cosa es "hablar bien" y otra muy distinta es "decir la verdad" u "obrar bien".

En "Gorgias" Platón reconoce la influencia de los sofistas en la vida política de su tiempo pero sostiene que aunque actúan en estados democráticos, su ideal coincide con el de los tiranos: disponer de un poder omnímodo sobre los hombres. La retórica es un simple instrumento de subyugación y no una auténtica **tecné** ("saber hacer") política, el "arte político" se basa en un verdadero saber ligado a la ética. El verdadero fin de la educación no es el poder sino la **paideia**, entendida como el perfeccionamiento del hombre en general; su objetivo es el logro de la plena **areté** y la justicia, el paso de la **hybris** ("exceso", "desorden" de las pasiones) a la **sophrosyne** ("justa medida", "equilibrio", "moderación"). Por oposición a la sofística, que Platón identifica con la retórica, propone la Dialéctica socrática como forma superior de la **paideia**. La retórica, movida por la codicia, la falta de escrúpulos morales y la voluntad de éxito, se apoya en la opinión vulgar, el sentido común y la confusión de lo bueno con lo placentero (hedonismo). La dialéctica, en cambio, animada por la prudencia y la virtud, se basa en la reflexión crítica, la agudeza lógica y el saber objetivo; parte de una filosofía y de una concepción firme del sentido de la existencia. Mientras el sofista obtiene el aplauso agradando y manipulando los caprichos, pasiones y desenfrenos de la masa, el filósofo fomenta lo mejor de la naturaleza humana en el orden espiritual y moral. Para Platón las opciones del estadista son dos, adaptarse y servir al pueblo adulándolo y degenerándolo o luchar contra él para hacerlo mejor, aún exponiendo su propia vida.



En su debate con la escuela de Isócrates, el representante más serio y destacado de la retórica y la educación sofística, Platón acepta la posibilidad de una "nueva retórica" con una base científica y lógica; pero se mantiene en la aspiración suprema de formar y mejorar el alma de los hombres mediante el conocimiento de las ideas absolutas de lo justo, lo bueno, lo bello y lo verdadero.

En el "Fedro" asume un interés nuevo ante la retórica en tanto reconoce que la filosofía también se sirve del discurso y necesita ordenarlo lógicamente para que logre persuadir y convencer. Con este fin debe partir de la investigación sistemática de las relaciones mutuas entre los conceptos; pero la técnica retórica debe someterse a la lógica dialéctica, la fuerza expresiva de la composición debe supeditarse al conocimiento y enseñanza de la verdad. Para Platón hay dos retóricas: una "mala", la de los sofistas, y una "buena" la de los filósofos; considera la dialéctica socrática como el auténtico arte retórico y a Sócrates como el "verdadero educador". La nueva retórica la concibe como "unión del arte del lenguaje con la formación filosófica del espíritu" (2). El verdadero arte del orador es la psicagogia (capacidad de conmover a los hombres, de educar y conducir sus almas) y no el simple ornamento fraudulento del discurso: "el orador debe conocer las formas del alma y su origen y las formas de discurso a ellas adecuadas" (3). La influencia psicológica sobre los hombres por medio del lenguaje debe estar gobernada por una meta ética elevada. Según Platón la finalidad de la retórica no consiste en hablar para complacer a los hombres a partir de lo evidente y lo probable sino en agradar a Dios con la verdad. La Dialéctica, no obstante, se despliega en unos pocos hom-

bres selectos, "para la masa de la gente 'culto', el camino ancho y más cómodo era el de la retórica" (4).

Aristóteles, primer gran sistematizador de la **tejné retoriké** (comunicación cotidiana y discurso público) y de la **tejné poietiké** (creación y evocación imaginaria), introdujo la retórica como disciplina de enseñanza en la Academia y elaboró una síntesis de la sofística y el platonismo. Considera la Retórica (persuasión basada en lo emotivo y verosímil: Entimema) y la Dialéctica (argumentación basada en la demostración racional de lo verdadero: Silogismo lógico) como dos artes paralelas: "entendamos por Retórica la facultad de conocer en cada caso aquello que puede persuadir... La Retórica es como una ramificación de la Dialéctica... por eso también la Retórica toma la forma de la Política,..." (5). En su Retórica la prueba, el razonamiento y la argumentación se fundamenta en el entimema es decir, en lo **verosímil** ("**eikós**"), en lo que el público cree posible; su lógica es la del sentido común y de la opinión corriente en una democracia.

En la "Refutación a los Sofistas" Aristóteles previene ante la seducción del silogismo sofístico y advierte: "La obra propia del que sabe es doble: primero, no engañarse a sí mismo en lo que sabe, y, después, poder desenmascarar al que engaña" (6). Sofistas como Protágoras y Gorgias, en su relativismo sensualista y su escepticismo radical ("el hombre es la medida de todas las cosas"), niegan la posibilidad del conocimiento real y objetivo, ponen en duda la existencia de la verdad y la moral. Con el fin de engañar y seducir a la multitud ignorante, los retóricos se valían de sofismas y falacias en sus disputas filosóficas. Aristóteles denuncia el so-

fisma como un razonamiento o argumentación, con apariencia de verdad, que pretende persuadir de algo falso partiendo de premisas probables pero discutibles. El error se oculta bajo una forma lógica e irrumpe en la conclusión confundiendo a un interlocutor incauto que no se ha detenido en examinar a fondo las premisas del raciocinio.

Las retóricas griegas, básicamente la Aristotélica, se reeditan y complementan en algunos aspectos en Roma y durante la Edad Media. **Cicerón** en sus obras "De Inventione" y "De Oratore", entre otras, y **Quintiliano** en "De Institutione Oratoria", hicieron de la retórica un instrumento didáctico-pedagógico y un saber enseñado con fines prácticos como la formación de oradores para el imperio. **San Agustín** en "De Doctrina Christiana", por su parte, realizó una lectura teológica y una reinterpretación cristiana de la tradición retórica greco-romana.

Durante la Edad Media la "cultura" se define como un haz o red de "artes", que se oponen a las técnicas y a la Teología, entre las que sobresalen siete (**Septenium**) divididas en dos grupos: el **Trivium** (Gramática, Dialéctica o Lógica y Retórica) y el **Quadrivium** (Geometría, Aritmética, Astronomía y Música). El **Trivium** (artes de la palabra y la escritura) y el **Quadrivium** (artes matemáticas) se denominan "artes liberales" por oposición a las "mecánicas" o manuales. Entre los siglos V y XV se presentó una aguda lucha entre Retórica, Gramática y Lógica por el predominio, triunfando la Lógica que rechazó la primera y absorbió la segunda.

En el Renacimiento la Retórica se reencontró con la Poética aristotélica, entendida como teoría de la creación literaria, y tomó como objeto el "arte de escribir bien" (estilo). Dejó de ser

un fenómeno fundamentalmente oral y de palabra viva (recitación y oratoria) para vincularse con la escritura-lectura y la literatura, hecho ahondado por la imprenta. La Retórica clásica quedó restringida a la enseñanza humanística donde sobrevivió en los programas y manuales escolares; finalmente, entró en decadencia y "murió" en el siglo XIX luego del gran último esfuerzo sistematizador y de clasificación que significaron los trabajos de los franceses Cesar Chesnau **Du Marsais** ("Des Tropes", 1730) y Pierre **Fontanier**, el "Linneo de la retórica" y fundador de la retórica moderna ("Traité Général des Figures du Discours", 1827-30).

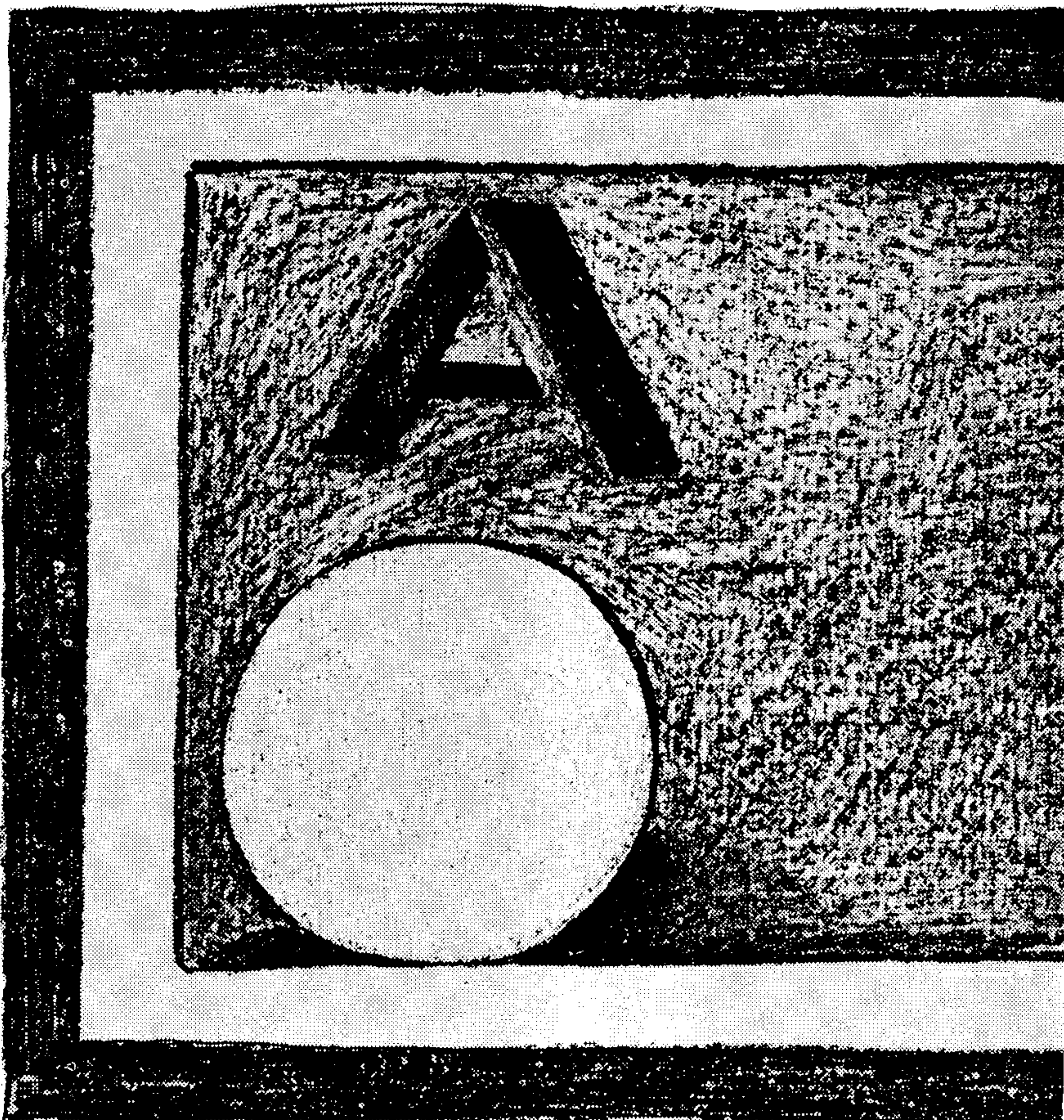
En su obra "Teorías del Símbolo", T. Todorov señala dos motivos principales para la "desaparición" de la retórica:

1. "La abolición del privilegio acordado a ciertas formas (lingüísticas) sobre otras". La figura siempre se definió como un desvío en el significante o en el significado. "Pero percibir las figuras como un desvío implica que se crea en la existencia de la norma, de un ideal general y absoluto".

2. "El desplazamiento del racionalismo por el empirismo, de las construcciones especulativas por el espíritu histórico". Mientras que la gramática general "se proponía la construcción de

un modelo único: la estructura universal de la lengua", del mismo modo la retórica "procuraba establecer el sistema de los procedimientos de la expresión en todos los tiempos, en todas las lenguas". Estos dos acontecimientos, "el rechazo de la pareja norma-desvío, el desplazamiento de las construcciones pancrónicas en provecho de la historia, tienen una fuente común fácil de percibir: la desaparición de los valores absolutos y trascendentales con los que se podían comparar (y reducir) los hechos particulares. En un mundo sin Dios, todo hombre es Dios. Así mismo, las frases ya no se compararán con una frase ideal, ni las lenguas con una estructura abstracta y 'profunda'" (7). De otro lado, también influyeron en su decadencia el romanticismo que, en su reivindicación de la libertad, la imaginación y la fantasía para la creación, condena todo tipo de reglas, modelos y artificios, así como el racionalismo positivista que presume no necesitar técnicas de persuasión para la sustentación de verdades objetivas y demostraciones científicas.

Pero muy a pesar de esa proclamada muerte, hoy se da una reconsideración y un renovado interés (renacimiento?) por la desacreditada retórica en cuanto conciencia del lenguaje y análisis del discurso. Se ha visto la necesidad de una revaloración y reinterpretación, desde una teoría lingüístico-semántica de la literatura más moderna y desarrollada, de los repertorios retóricos tradicionales. Desde los nuevos estudios del lenguaje emprendidos por formalistas, estructuralistas y semiólogos, se ha intentado una redefinición y reclasificación rigurosa de las figuras retóricas; esto tomando en cuenta el nivel de lenguaje que afectan y su modo de operación, como se mostrará más adelante. Esto sin olvidar que un estudio de la retórica impone



un análisis de su relación íntima con la "ideología", en la medida que toda opción taxinómica implica una opción ideológica: "una determinada manera de usar el lenguaje se identifica con determinada manera de pensar la sociedad" (8).

En general, han sido propuestos algunos ejes de investigación en ese renovado estudio de la retórica:

1. La elaboración de una matriz, red o modelo lógico-lingüístico que produzca las figuras;
2. La descripción de las figuras al interior de campos semióticos particulares (como la moda y la publicidad);
3. Una reflexión sobre el papel de la retórica en la evolución de la cultura occidental (9).

Roland Barthes reivindica una historia, enriquecida por la lingüística y la semiótica, entre otras disciplinas, que dé cuenta de ese "código retórico que dio su lenguaje a nuestra cultura"; la historia de ese "metalenguaje" (cuyo lenguaje-objeto fue el "discurso"), de ese "discurso sobre el discurso" que reinó en occidente por veinticinco siglos bajo la forma de una serie de "prácticas":

1. Una técnica o "arte" de la persuasión a partir de ciertas reglas.
2. Una enseñanza institucionalizada.
3. Una protociencia ("teoría precientífica del discurso", en palabras de Greimas) entendida como observación de los efectos del lenguaje, clasificación de las figuras y metalenguaje cuyo objeto es el lenguaje argumentativo y figurado.
4. Una moral o sistema de reglas, preceptos y recetas para controlar los "desvíos" del lenguaje.

5. Una práctica social y un instrumento político-ideológico que permite a las clases dirigentes el monopolio sobre la propiedad de la palabra.
6. Una práctica lúdica que hace una broma y parodia al sistema retórico institucional (10).

II. LA RED TAXONOMICA

Una definición clásica de retórica podría ser: "Arte del bien decir, de embellecer la expresión de los conceptos, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia bastante para enseñar, deleitar, persuadir o conmover ... arte, facultad o poder de persuadir a los hombres, hablándoles con palabras bellas y abundantes, o sea con palabras elocuentes" (11). Si la gramática enseña las reglas para hablar correctamente una lengua dada, la retórica prescribe las reglas para producir cierto efecto psicológico en el ánimo de quien escucha o lee. En esa perspectiva el lenguaje y el discurso persuasivo se convierten en una acción cuyos fines son: enseñar o instruir ("docere"), deleitar o agrandar ("delectare") y conmover o emocionar ("movere"); es decir, con su ayuda el orador lucha por subyugar a la masa de sus oyentes. La retórica tiene una utilidad práctica, de cuestionada moral, en la medida que estudia los diferentes métodos que posibilitan persuadir, independiente de las circunstancias y de la opinión defendida. Su objeto es la elocuencia: habla eficaz que permite influir sobre los demás, "arte de la palabra fingida" por cuanto lo importante no es qué se dice (contenido) sino cómo se dicen las cosas (forma). Y como la eficacia del discurso supone conocer sus propiedades y reglas, la retórica se postuló desde la antigüedad como el método por excelencia para clasificar y pensar el lengua-

je, como teoría y "sistematización de los procedimientos y recomendaciones para idear, construir, memorizar, pronunciar y enseñar los diferentes tipos de discursos" (12).

En su pasión taxonómica, en su obsesión por clasificar, los retóricos han elaborado una complejísima red y un árbol de operaciones, un programa "cibernético" para describir y producir el discurso. La *tejné retóriké* de Aristóteles es una verdadera máquina que define una serie de operaciones-madre que se van estructurando así:

1. **Inventio:** "encontrar qué decir" (res: significado, contenido).
2. **Dispositio:** "ordenar lo que se ha encontrado".
3. **Elocutio:** "agregar el adorno de las palabras, de las figuras" (verba: significante, forma).
4. **Memoria:** "recurrir a la memoria".
5. **Actio:** "representar el discurso como un actor: gestos y dicción" (13).

Veámoslo con más detalle:

1. INVENTIO (Héuresis).

Búsqueda y escogencia de temas y argumentos, selección de premisas, "pruebas" (*písteis*) y "lugares comunes" (*topoi*). Técnica para hallar las ideas generales, sentencias, proposiciones y recursos persuasivos que logren enseñar, deleitar y conmover los ánimos del interlocutor. Su objetivo es la persuasión (convencer y emocionar con pruebas subjetivas y morales) de un público inculto susceptible de ser influenciado, en sus pasiones y sentimientos, por lo nuevo y desconocido. Para tal fin la **Probatio** o demostración re-

curre al Exemplum (inducción: fábula, parábola, arquetipo personal, comparación, etc.) y al Entimema (deducción: silogismo retórico o imperfecto fundado en premisas probables o verosimilitudes, no en premisas indiscutibles, verdades irrefutables o demostraciones lógicas como en el silogismo apodíctico). La Inventio dibuja toda una **Tópica** en tanto las premisas entimemáticas se localizan en un área conceptual, en un espacio o lugar (topos) dado de la memoria colectiva. A partir de esto se pue-

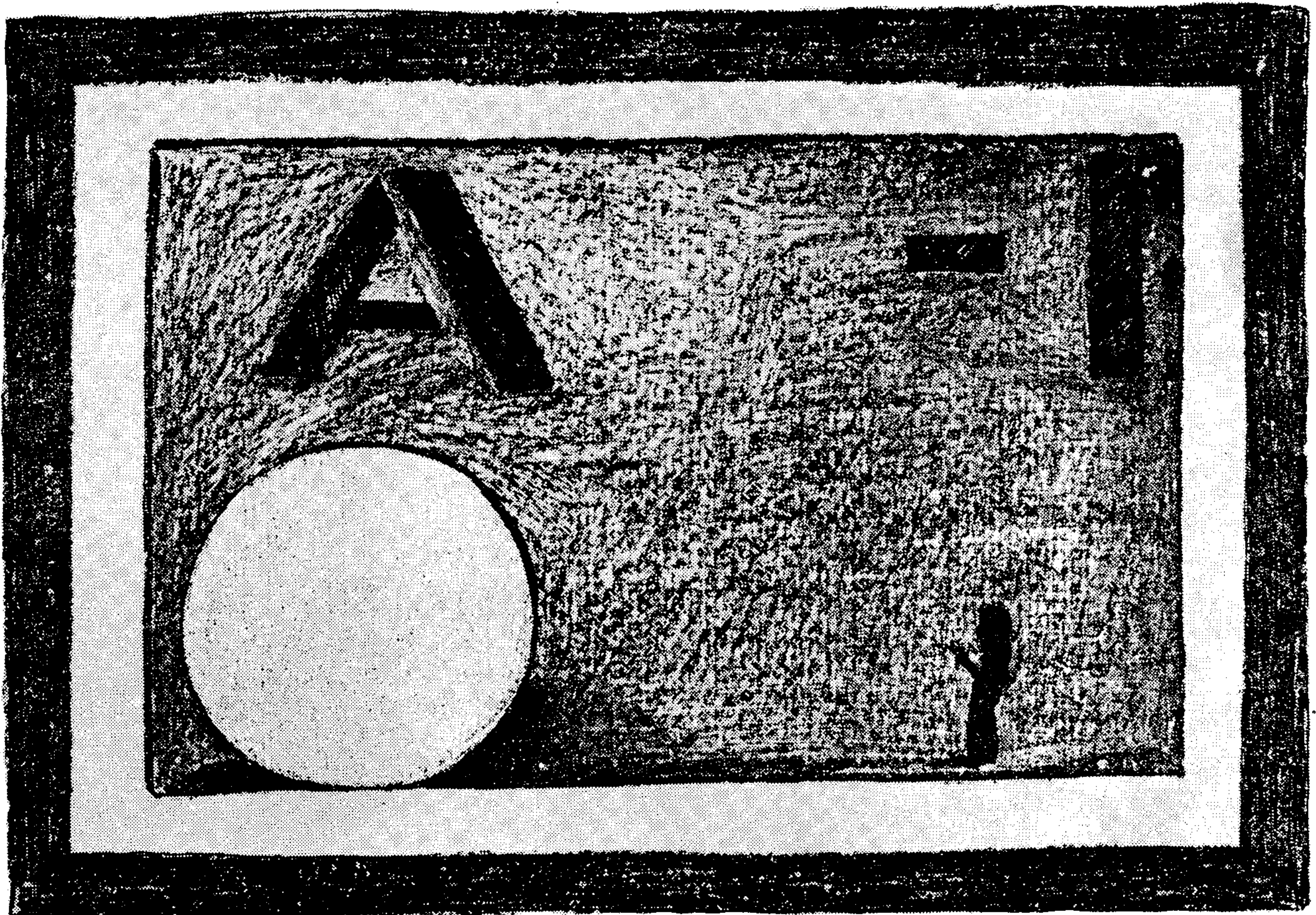
den plantear tres definiciones de Tópica:

1. **Método** o arte de encontrar argumentos y seleccionar lugares comunes.
2. **Red** de formas vacías, premisas y argumentos ocultos en estratos de donde hay que extraerlos, lugares comunes que se llenan y apoderan de contenidos.
3. **Reserva** o depósito de formas llenas, de estereotipos y temas consagrados, proposiciones remanidas y fragmen-

tos de sentido transportables y combinables.

La **Questio** (el contenido, lo referencial) es el punto de partida del discurso. Hay dos tipos de Questio: La Posición o Tesis (pregunta general y precisa, sin lugar o tiempo) y la "Causa" o Hipótesis (pregunta particular que implica hechos, personas, circunstancias, tiempo y lugar). La causa es el negocio o asunto y hay un tipo, para cada tiempo verbal, que corresponde a los tres géneros oratorios ⁽¹⁴⁾:

Género	Auditorio	Finalidad	Objeto	Tiempo	Razonamiento	Lugar Común
1. Deliberativo	Asamblea	Aconsejar o Disuadir	Util o Perjudicial	Futuro	Exempla	Posible o Imposible
2. Judicial	Jueces	Acusar o Defender	Justo o Injusto	Pasado	Entimema	Real o Irreal
3. Epideíctico Demostrativo	Público	Elogiar o Censurar	Hermoso o Feo	Presente	Comparación	Más o Menos



2. DISPOSITIO (Taxis)

Modo o forma eficaz de organizar y distribuir los argumentos, puesta en orden y disposición adecuada de las partes del discurso. Eje: la Organización Paradigmática. Su "Plan":

1. Exordio - Proemio
2. Narratio - Exposición
3. Confirmatio - Argumentación
4. Epílogo - Conclusión

La **Dispositio** se mueve en la dicotomía Conmover-Convencer (Informar): Para conmover los sentimientos se apoya en el eje pasional Exordio-Epílogo (solemnidad y ritualización del comienzo y el fin). Para convencer la razón se apoya en el eje demostrativo **Narratio** (relato de los hechos)-**Confirmatio** o Discusión (Pruebas o vías de persuasión), cuyas cualidades han de ser la brevedad, la claridad y la verosimilitud. En este punto se exponen diversas circunstancias: quién, qué, por qué, dónde, cuándo, cómo, con qué medios o instrumentos. En muchos tratados estos elementos del discurso se analizan en el ámbito de la **Inventio**.

3. ELOCUTIO (Lexis).

Elección y disposición de las palabras en la frase. Encontrados los argumentos y distribuidos en las partes del discurso, queda la tarea de "ponerles palabras" para embellecer la expresión. Operación por la que se trata de verter la argumentación en oraciones correctas, precisas y claras para convencer; en fórmulas elegantes y adecuadas para atraer la atención, causar impacto psicológico y persuadir al oyente. Más generalmente, teoría del **ornatus**: "adornos", "colores", "flores" o artificios del discurso. Ambito de encuentro

entre la Retórica y la Poética (Estilística). Inventario y repertorio posible de las figuras retóricas ("metaboles"). Más preciso, Enunciación o Locución. Eje: la Organización Paradigmática.

A este aspecto se ha restringido, desde la Edad Media, la retórica general: a un simple tratado de las figuras, entendidas como "ornamentos" del discurso, y su clasificación. Y no sólo la retórica ha sido absorbida por la **Elocutio** o arte del Estilo, circunscrita a una teoría del lenguaje figurado, sino que se ha limitado reiteradamente a la polaridad Metáfora-Metonimia y, más aún, se ha reducido a una "mistificación metafórica" ⁽¹⁵⁾.

La clasificación en la **Elocutio**, pues, parte de la oposición madre Paradigma-Sintagma:

1. **Electio** o **Eglógé**: se eligen las palabras, expresiones y figuras (campo sustitutivo).
2. **Compositio** o **Synthesis**: se unen y se construye el texto (campo asociativo). Componer es el arte de colocar y estructurar, con armonía y elegancia, los elementos en conjuntos orgánicos.

La **Electio** implica que en el lenguaje, en razón de la polisemia, la homonimia y la sinonimia, se puede sustituir un término o significante por otro "equivalente"; pudiéndose producir, incluso, un segundo sentido (connotación), una modificación semántica con dicha sustitución. Estos tipos de sustitución se han denominado, desde la antigüedad, Figuras y Tropos ("desvíos", "giros", "conversiones", "cambios", "licencias", "anomalías" semánticas).

La **Figura** se ha concebido tradicionalmente como una alteración o desviación de cierta regla del lenguaje que modifica una expresión "original", "nor-

mal" o "común": "expresión ya sea desviada de la norma, es decir, apartada del uso gramatical común, ya sea desviada de otras figuras o de otros discursos, cuyo propósito es lograr un efecto estilístico, lo mismo cuando consiste en la modificación o redistribución de las palabras, que cuando se trata de nuevo giro de pensamiento que no altera las palabras ni la estructura de las frases" ⁽¹⁶⁾. Así, la **Elocutio** se plantearía como el "cuadro de los desvíos del lenguaje", según Barthes, y la retórica como "el estudio de las 'técnicas de transformación' del discurso", según Mortara.

El **Tropo**, caso particular de figura, se ha definido clásicamente como palabra cuyo significado es distinto del sentido habitual, como sustitución de una expresión propia por otra de sentido figurado: "empleo de **palabras en sentido distinto** al que propiamente les corresponde, pero que tiene con éste alguna conexión, correspondencia o semejanza. El tropo comprende la sinécdoque, la metonimia y la metáfora... Cuando una palabra se emplea para designar aquel objeto a cuya significación fue primitivamente destinada, se dice que se toma en **sentido propio**, y cuando se usa para designar otro distinto de aquel primero, se dice que está tomada **en sentido figurado**. A este uso de las palabras en una significación secundaria es a lo que se da el nombre de **tropo**, palabra griega, que literalmente designa la acción de dar una vuelta a un objeto físico, esto es, la de ponerle en una dirección distinta de aquella en que antes estaba" ⁽¹⁷⁾.

Los motivos para dar a una misma palabra dos o más significaciones serían la necesidad o el placer de producir un efecto estilístico o de sentido, por medio de un giro verbal ornamental, que influya psicológicamente

en el interlocutor. El uso de figuras y tropos trae sus ventajas para el discurso: le dan energía, precisión y claridad a la expresión de los pensamientos; enriquecen el lenguaje multiplicando el uso y significaciones de las palabras; dan dignidad, nobleza y majestad al estilo; le dan belleza y gracia ayudando a disfrazar, cuando conviene, ideas tristes, desagradables o indecentes; en fin, son un recurso para dar novedad a las ideas más simples y comunes. Claro que su uso está sujeto a determinadas reglas: es inútil, artificial y de mal gusto hacer sustituciones que no hagan la expresión más clara, concisa, enérgica, decente, noble o agraciada; que por ganar en estilo no se pierda en otra cualidad, en ese caso mejor no emplearla; toda traslación debe acomodarse al asunto de que se trata, al tono y situación moral de la obra.

Al respecto, Nietzsche, en su estudio sobre la elocuencia de los griegos, advierte sobre los peligros que representa el "ornatus" por su abuso y establece como exigencias de la **elocutio** la pureza, la claridad y la adecuación. La oscuridad en la expresión refleja una inconsistencia del pensamiento, si el discurso es equívoco es porque no sabe lo que quiere decir o, mejor, no tiene nada que decir. Todo exceso es contraproducente, todo lo superfluo es perjudicial: "siempre es mejor suprimir algo bueno, que añadir algo sin sustancia", como recomienda Voltaire. Naturalmente, mucho depende "de para quién y ante quién se habla, en qué momento, en qué lugar y para qué causa... En resumen: pureza y claridad por doquiera, pero todo modificado por lo característico del lugar, de la ocasión, del que habla, de los oyentes, por el sentimiento del estilo, el cual exige en cada caso una expresión distinta... El arte del orador consiste en que no se eche nunca

de ver la artificiosidad..."⁽¹⁸⁾. Las palabras y gestos más convincentes son los que crean la impresión de que su causa es la mejor y más justa, tienen un efecto moral e intelectual en tanto ejercen atracción y credulidad. El secreto del arte retórico consiste en una sabia proporción entre sinceridad y arte; a pesar de lo difícil que es encontrar un límite entre la virtud y el defecto, "es un juego que tiene lugar en las fronteras de lo estético y de lo moral: toda unilateralidad aniquila el éxito. El encanto estético debe añadirse a la confianza moral, sin que se aniquilen mutuamente"⁽¹⁹⁾.

En síntesis, para la tradición clásica, los tropos (figuras de elocución) son **desvíos** o "**giros** en los que el cuerpo léxico está desviado de su contenido original y dirigido hacia otro distinto con el objetivo de provocar lo que los antiguos llamaron **alienación** y los formalistas y estructuralistas de este siglo **extrañamiento** (...), **desautomatización** o **singularización**; es decir, la sorpresa, el 'shock psíquico' que origina lo inesperado al presentarse como **variedad** entre las vivencias habituales"⁽²⁰⁾. Es decir, los tropos y figuras sirven como artificios y estímulos insólitos para llamar la atención del oyente hacia determinadas premisas y argumentos ya que funcionan como "embellecimientos" gracias a los cuales el razonamiento aparece como nuevo, imprevisto, inusitado.

Barthes denomina estos fenómenos "adornos" o "colores" y se sirve de ellos para mostrar la concepción mítico-romántica de los antiguos respecto al lenguaje. Estos partían de que a partir de una base desnuda, de un nivel puro y de un estado normal de la comunicación, se puede elaborar una expresión más complicada, adornada y distanciada de la original. La segunda esfera tiene por función la ani-

mación y la insinuación, el estado "puro" es inerte mientras que el indirecto es "vivo"; los adornos despiertan la pasión y el placer, hacen deseable la palabra; los colores evitan el tabú y el pudor ante un lenguaje muy desnudo. Es por este motivo por lo que "recuperar la retórica es fatalmente creer en la existencia de una distancia entre dos estados del lenguaje; a la inversa, condenar la retórica se hace siempre en nombre de un rechazo de la jerarquía de los lenguajes, ..." ⁽²¹⁾.

Como se puede observar, la base del edificio retórico (figuras y tropos) parte de la existencia de dos tipos de lenguaje o sentido:

1. **Propio** o **Literal**: directo, natural, simple, neutro, común, popular, original, recto, etimológico, normal, habitual, familiar, ordinario. Ceñido rigurosamente al uso gramatical corriente y suplido por el segundo. Lenguaje "transparente" (Denotación).
2. **Figurado** o **Desviado**: indirecto, artificial, extraño, alterado, transpuesto, fingido, tropológico, extranjero, falso, metafórico, adornado, sugerido, eufemístico, estilizado. Se aparta del primero y corresponde a un uso gramatical distinto. Lenguaje "opaco" (Connotación). Este lenguaje se asimila e identifica con el poético.

Todorov presenta y critica varias interpretaciones clásicas en torno a la oposición lenguaje natural-figurado:

1. **Lógica** (L. natural) / **Alógica** (L. figurado): es demasiado problemático definir el concepto de "lógico" en términos de lenguaje, todo depende de la fuerza espontánea e incontrolable del uso el cual privilegia unas palabras sobre las otras.
2. **Frecuente** (L. natural) / **Poco frecuente** (L. figurado): las

figuras más atrevidas se vuelven comunes con el uso; además "todas las expresiones raras no son figuras, y las figuras no siempre son raras". Lo que se da es que la figura es menos común que otra expresión del mismo sentido (frecuencia relativa); el sentido propio sería el inmediatamente anterior a la creación de la figura.

3. Indescriptible (L. natural) /

Descriptible (L. figurado): según ésta existe un discurso transparente (denotación) y otro opaco (connotación); sin embargo, "el discurso sin figuras es un discurso completamente transparente y, por ello mismo, inexistente El empleo de las figuras se eleva al rango distintivo de la humanidad porque equivale a la conciencia que tiene el hombre de la existencia de su discurso"; conciencia que le debemos precisamente a la retórica.

4. Neutro / Valorizado Defectuoso:

constantemente se confunde lo descriptivo con lo prescriptivo y se postulan las ventajas de las figuras. Pero también se plantean como armas de doble filo: si se usan correctamente embellecen el discurso, si se abusa de ellas lo estropean. Aunque la figura se define como la transgresión de una regla particular del lenguaje, se tolera si tiene un efecto estilístico y una significación estética; pero, no obstante, hay muchos aspectos del discurso que no están regidos por reglas precisas. Mejor interrogarse por el efecto semántico de la figura ⁽²²⁾.

Esa arraigada creencia en la existencia de una dicotomía radical entre un lenguaje natural o propio y otro artificial o figurado en el interior del discurso, significó precisamente el ocaso y "muerte" de la retórica. Con el romanticismo y la modernidad, "todo es natural o todo es

artificial, pero no existe un grado cero de la escritura, no hay escritura inocente, el lenguaje más neutro está tan cargado de sentido como una expresión extravagante" ⁽²³⁾. La retórica pierde su base y se derrumba cuando se reconoce que el proceso metafórico es lo peculiar y esencial del lenguaje humano, que su rasgo distintivo es el lujo y la redundancia. Hay que preguntarse si toda figura es un desvío o anomalía ya que las hay que no se oponen al uso habitual ni contradicen ninguna regla lingüística; no basta tampoco con que se aparte de la norma, a parte de lo particularmente difícil que es establecer normas discursivas. Si existen dos tipos de discurso, ¿cómo saber cuál es el normal y cuál el desviado y marginal? No hay por qué privilegiar un sentido sobre otro porque "la palabra no tiene sentidos fijos y mutuamente exclusivos, sino un nudo semántico potencial que se realiza diferentemente en cada contexto" ⁽²⁴⁾. Muchas veces, con el uso, la palabra propia puede llegar a ser tan expresiva y compleja como la "impropia" (metáfora) o más, y una metáfora puede ir perdiendo su color hasta convertirse en una expresión en sentido propio; el que unas expresiones se tomen como figuradas, y otros no, es algo que depende de la época y del contexto. En esa perspectiva, la metáfora, más que abordarse como una anomalía, reemplazo o sustitución, se analiza como una combinación e interacción semántica.

Ya Nietzsche había mostrado que el tropo no era una forma derivada, marginal o aberrante del lenguaje que se pudiera añadir o suprimir a voluntad, antes por el contrario el tropo es el paradigma lingüístico por excelencia y que precisamente caracteriza al lenguaje como tal: "no existe una 'naturalidad' anti-retórica en el idioma, a la que pudiera apelarse, sino que el

idioma mismo es el resultado de toda una serie de artes retóricas. Lo que Aristóteles llama retórica, es decir, la capacidad de extraer de cada cosa aquello que tiene fuerza y causa impresión, es a la vez, la esencia del idioma: ni el idioma, ni la retórica, están dirigidos a la verdad, a la esencia de las cosas, no tratan de enseñar, sino de provocar en otros un movimiento subjetivo y una aceptación". El lenguaje no puede aprehender la esencia total de las cosas sino el modo en que nos relacionamos con ellas, sólo percibimos formas, reflejos e imágenes de ellas. En ese sentido, "el idioma es retórica, porque trata de transmitir sólo una opinión, no un conocimiento. El más importante medio artístico de la retórica son los tropos o denominaciones impropias. Ahora bien, todas las palabras son en sí y desde un principio, desde el punto de vista de su significación, tropos . . . En resumen: los tropos no se dan ocasionalmente en las palabras, sino que son su naturaleza más esencial, y no puede hablarse de una 'significación propia', que sólo en casos especiales se desplaza. De igual manera que no hay diferencia entre las palabras en sentido propio y los tropos, así tampoco la hay entre el discurso en sí y las llamadas figuras retóricas, lo que, de ordinario, se llama discurso es todo figura". La selección y fijación de la figura que se crea en un momento dado la determina el uso y el gusto de la mayoría: "una figura que no se impone, se convierte en una falta, mientras que, al contrario, una falta aceptada por el uso se transforma en figura" ⁽²⁵⁾. Para Nietzsche no existe lenguaje "natural", "desnudo" o sin "anomalías" (figuras); el lenguaje de por sí es figurativo, simbólico y retórico, nunca literal o mimético, en la medida que se propone comunicar opiniones ("doxa"), no verdades

("episteme"). Su concepción no sólo deconstruye el valor de los valores sino la falaz función referencial del lenguaje; rechaza la falsa oposición entre lenguaje y acción y reafirma la función performativa del lenguaje. Finalmente, coloca bajo sospecha el conocimiento del mundo "verdadero": "se ha descubierto una designación de las cosas válidas para todos, y el código del lenguaje nos proporciona también la primera ley de la verdad, ... sólo poseemos metáforas sobre las cosas, que no corresponden en nada a su esencia na-

tural ... ¿qué es la verdad? Un ejército movible de metáforas, metonimias, antropofismos; en suma, un conjunto de relaciones humanas, que ennoblecidas y adornadas por la retórica y la poética, a consecuencia de un largo uso fijado por un pueblo, nos parecen canónicas y obligatorias; las verdades son ilusiones de las cuales se ha olvidado que son metáforas que paulatinamente pierden su utilidad y su fuerza, ..." (26). Imposible pues escapar de la retórica.

Los adornos (figuras y tropos) han despertado en los retóricos una pasión taxonómica que produjo una cantidad infinita de nombres, términos y catálogos exóticos. La retórica, que empezó a estudiar el lenguaje no como "lengua" o código sino como "discurso", que trató de hipercodificar la palabra y el habla, se esforzó en tejer una fina y vasta red "que retuviera todas las 'maneras de hablar', lo que significaba querer encontrar lo inencontrable: el espejismo mismo" (27). Toda sociedad tiene su propia identidad taxonómica, quizá por ello hay tal profusión de clasificaciones contradictorias; no hay una clasificación única o definitiva, casi que hay tantas como retóricos lo intentaron. En las retóricas se han distinguido los tropos (figuras con cambio de sentido) de las figuras (metáboles) propiamente dichas; sin embargo, esa relación ha sido históricamente ambigua y variable según se adopten criterios tradicionales o modernos. Por ejemplo, ver la polémica en torno al objeto de la retórica entre Du Marsais (sentidos derivados) y Fontanier (sentidos figurados) y la distinción que este último establece entre Tropos y No-Tropos (figuras) (28).

Los adornos siempre se han clasificado, según Barthes, en grupos binarios:

1. **Tropos** (conversión de sentido sobre una palabra) / **Figuras** (conversión sobre varias palabras). Oposición Sistema-Sintagma.
2. **Gramática** (tropos de uso corriente) / **Retórica** (tropos de uso extraordinario). Oposición Denotación-Connotación.
3. **Palabras** (la figura desaparecería si se cambian las palabras) / **Pensamiento** (la figura subsiste empleando cualquier palabra). Oposición Significantes-Significados (29).

En el próximo capítulo se expondrán distintas propuestas de clasificación y definición semiótica de los tropos y figuras retóricas.

4. MEMORIA (Mnemé).

Métodos y reglas mnemotécnicas para el aprendizaje y la rememoración mecánica. Hay dos tipos de memoria: natural y artificial. Es una especie de escritura mental que se ayuda con "marcos de referencia" e "imágenes" que se encuentran en determinados lugares del espacio mental. Sistema de lógica memorativa imprescindible por cuanto la capacidad de improvisación del orador depende mucho de su capacidad retentiva. Los medios para imprimir en la mente contenidos y formas son orden y método, un "continuo y penoso ejercicio".

5. ACTIO O PRONUNTIATIO (Hypócrisis)

Modo de enunciación y ejecución del discurso: voz, modulación y gestos (Mímica). Recitación y arte de declamar. Puesta en escena y seducción por la palabra actuada en público; dramaturgia discursiva: histeria, ritual, ceremonial. Así como para la memoria, las escuelas de elo-



cuencia basan el adiestramiento de la dicción y la actuación en ejercicios asiduos y prolongados.

III. REDEFINICION Y CLASIFICACIONES SEMIOTICAS

Las categorías retóricas pueden abordarse, como muestra Umberto Eco, desde una teoría semiótica. Una teoría de los códigos y de la producción de signos tomaría como objeto de estudio el trabajo de hipercodificación y conmutación del código (**elocutio**), lo que daría como resultado una "nueva retórica" orientada semióticamente. Eco propone una nueva definición de la retórica como "técnica de la interacción discursiva 'racional'" sujeta a la duda y la revisión abierta a la discusión y la refutación en la medida que se ocupa de premisas probables (entimemas) ⁽³⁰⁾. También la define como "arte de la persuasión... técnica del razonar humano, controlado por la duda, y sometido a todos los condicionamientos históricos, psicológicos, biológicos, de todo acto humano" ⁽³¹⁾. Razonamiento persuasivo que pretende el consentimiento del interlocutor no desde una fe fanática e intolerante en la autoridad de una Razón Absoluta sino desde argumentos discutibles, elementos emocionales, valoraciones históricas y motivaciones prácticas.

La retórica se puede entender de dos modos, como:

1. Técnica o Esquema Generativo que aporta los mecanismos para producir argumentaciones persuasivas y las reglas para la sustitución de palabras y conceptos.
2. Depósito de Técnicas Argumentales o Expresiones ya Generadas es decir, manual de elementos preestablecidos y so-

luciones codificadas ya comprobadas y asimiladas por el cuerpo social. Repertorio de frases como modelos del hablar o escribir bien, connotaciones aceptadas y prestigiosas. De ahí su mala reputación como hipercodificación milenaria e institucionalizada de lugares comunes y opiniones adquiridas, de expresiones esclerotizadas y acicates emotivos ya consumidos pero eficaces ante oyentes desprevenidos.

La retórica origina una contradicción entre Información y Redundancia: por un lado es "un razonamiento que quiere convencer al oyente de algo que **ignora todavía**, y de una **manera inusitada**"; por el otro, esto se logra "partiendo de algo que el oyente **sabe y quiere**, intentando demostrar que se trata de una **conclusión natural**". Como teoría de las figuras "codifica las **relaciones generales de lo inesperado**... (y) las que, aún siendo inusitadas, **pueden integrarse en el sistema de expectativas del oyente**" ⁽³²⁾. Intervienen lo inesperado y lo informativo, no para poner en crisis lo que ya se sabe, "sino para persuadir, es decir, para reestructurar en parte lo que ya se sabe". Por medio de un sutil sistema de estímulos y artificios se finge informar e innovar para excitar las expectativas y esperanzas, para provocar las emociones y pasiones del oyente. La metáfora y la metonimia, por ejemplo, son formas de sustitución lingüística (semejanza paradigmática y contigüidad sintagmática respectivamente) que ayudan a "sorprender al oyente y obligarle a prestar atención al mensaje". Así mismo, se les puede dar un uso creativo y estético en la medida que embellecen el contenido y contribuyen a delinear uno distinto: "la función estética del lenguaje tiende a crear conexiones no existentes aún, y por ello, a enriquecer las posibilidades del código". ⁽³³⁾

El juego de sustitución retórica, cuando traza conexiones imprevisibles, recorre toda la superficie o topología del Campo Semántico Global. Sicológicamente el destinatario cree que la invención retórica es el efecto de una revelación o iluminación superior; lo que ocurre es que el emisor capta rápidamente "el circuito de las concatenaciones que la organización semántica le permitía recorrer" ⁽³⁴⁾. Explota las posibilidades del sistema al conocer la estructura subyacente del campo semántico, es capaz de encontrar velozmente los "puntos", circuitos y conmutaciones potenciales del sistema.

La descripción de tal estructura subyacente se ha intentado desde el punto de vista taxonómico; clasificar no es incorrecto de por sí, el problema se presenta cuando esta actividad impone una imagen estática y rígida de los fenómenos del lenguaje. Clasificar es organizar, analizar y conocer la "realidad" en tanto se destacan, del caos de datos brutos, los rasgos característicos y pertinentes, en la medida que se aíslan las propiedades distintivas de un fenómeno para, relacionándolo u oponiéndolo a otros, encontrar una "estructura" o "lógica" de funcionamiento del sistema de significación en estudio. Es posible intentar una clasificación sistemática moderna que parta de principios lingüísticos puramente operativos e inductivos. Un estudio semiótico de la retórica supondría, más que una taxonomía de las figuras, una orientación pragmática que abordara una teoría de la argumentación persuasiva (actos de habla, recepción del discurso, interpretantes, etc.) y que profundizara en la semántica lingüística. Mientras tanto, y con una orientación aún sintáctica y textual, se podría proponer una definición de la figura como el "producto de una combinatoria" al-

gebraica de operaciones y relaciones, como el fruto de unas matrices lógicas descriptibles partiendo de dos criterios:

1. Según la naturaleza de las unidades lingüísticas en las cuales se realiza la figura. Es decir, según el modo como afecta a la forma o al contenido de las expresiones. Esta clasificación presenta cuatro tipos de figuras ("metáboles") según se observen las dimensiones o el nivel de cada unidad, y cada tipo a su vez se subdivide según las categorías modificativas de Adjunción, Supresión, Sustitu-

ción e Intercambio (Permutación):

A. Fónico-Fonológico: Figuras de **Dicción:** infracciones que afectan la morfología, expresión y pronunciación de palabras aisladas (usos viciosos: barbarismos, arcaísmos, neologismos; y formas toleradas o "licencias poéticas"). Violaciones al principio de paralelismo sonido (o grafía)-sentido. **Metaplasmos:**

Prótesis, antanaclasis, apócope, metátesis, aliteración, repetición, calambur, diéresis, paronomasia, asonancia, rima, rever-

sión, políptopon, paragoge, aféresis, sinéresis, síncopa, anagrama, diáfora, hendíadis, onomatopeya, palíndromo, juego de palabras, epístrofe, hipálage, símplotique, etc.

B. Morfo-Sintáctico: Figuras de **Construcción:** operan sobre el orden sintáctico de las palabras en la frase (errores y vicios por ignorancia o descuido: solecismos; y "licencias poéticas"). Omisión de partes, frases incabadas o falta de concordancia entre las partes. **Metataxis:**

Elipsis, aposición, zeugma, anáfora, pleonasma, reticencia, inversión, silepsis, epifonema, dialogismo, asíndeton, suspensión, crasis, paréntesis, hipérbaton, anacoluto, quiasmo, anástrofe, epífrasis, etc.

C. Léxico-Semántico: Figuras de **Significación o Palabra:** producen, por sustitución, un cambio en el significado de las palabras, una modificación de su contenido semántico. "Anomalías" combinatorias, ambigüedades y contradicciones (sentido "figurado" por oposición al "literal"). En este nivel se ubican los Tropos propiamente. **Meta-sememas:**

Metáfora, metonimia, sinécdoque, catecrexis, sinestesia, ironía, antífrasis, perifrasis, circunloquio, antonomasia, énfasis, lítote, hipérbole, fabulación, epíteto, alegoría, antítesis, sentido equívoco, paradoja, gradación, alusión, comparación, oxímoron, metalepsis, proscopopeya, etc.

D. Lógico: Figuras de **Pensamiento:** oraciones que rebasan el marco lingüístico y por eso se interpretan con ayuda de contextos más amplios, implícitos o explícitos. Afectan la relación signo-referente y la lógica misma del discurso. Se evita llamar las cosas por su nombre, se declara no hablar de algo que sin embargo se insinúa; no obs-



tante, al negar una realidad se presupone su existencia. Estas figuras han sido consideradas también en el ámbito de la In-ventio. **Metalogismos:**

Prosopopeya, concesión, descripción, suspensión, ironía, dubitación, pleonismo, eufemismo, alegoría, parábola, lítote, hipérbole, antítesis, paradoja, reticencia, énfasis, preterición, enálage, interrogación, apóstrofe, perífrasis, anacronismo, alusión, antífrasis, topografía, cronografía, prosografía, etopeya, etc.

Los metaplasmos y metataxis corresponden a las figuras de la Expresión y los metasemas y metalogismos se pueden considerar figuras del Contenido.

2. Según el modo de producción de las figuras; esto gracias a ciertas **operaciones** y **relaciones** lógicas que afectan tanto la forma como el contenido del enunciado o proposición. Partiendo de la oposición madre Paradigma-Sintagma, las figuras retóricas se pueden clasificar en dos grandes familias:

- a. **Metábolos:** operan sustituyendo un significante por otro (nivel paradigmático).
- b. **Parataxias:** modifican las relaciones normales entre signos sucesivos u oraciones coordinadas (nivel sitagmático).

Desde esta oposición, planteada por R. Barthes, Jacques Durand propone una nueva clasificación de las figuras teniendo en cuenta dos dimensiones:

- i) La naturaleza de la **Operación** en que se basa para modificar el lenguaje propio (nivel del sintagma): forma de la expresión (significantes).
- ii) La naturaleza de la **Relación** que une los elementos variantes (nivel del paradigma):

forma del contenido (significados).

Prácticamente todas las figuras se producen a partir de cuatro **Operaciones** retóricas básicas, dándose casos de figuras que se originan desde dos:

A. **Adjunción** (simple o repetitiva): se añaden uno o varios elementos a la oración: repetición, comparación, anacronismo, antítesis, antanaclase, paradoja, pleonismo, rima, enganche, acumulación, gradación, doble sentido, asonancia, aliteración, anáfora, paronomasia, paréntesis, diáfora, dilogía, etc.

B. **Supresión** (parcial o total): se eliminan uno o varios elementos de la proposición: elipsis, circunloquio, suspensión, dubitación, reticencia, preterición, diaresión, aféresis, zeugma, asíndeton, encabalgamiento, crasis, lítote, etc.

C. **Sustitución** (parcial, completa o negativa): una Supresión seguida de una Adición, se elimina un elemento de la oración y se sustituye por otro: hipérbole, alusión, metáfora, metonimia, sinécdoque, perífrasis, eufemismo, calambur, antífrasis, retruécano, silepsis, zeugma, símbolo, catacrexis, ironía, acentuación, metalepsis, lítote, antonomasia, digresión, quiasmo, alegoría, paradoja, concesión, prosopopeya, oximorón, etc.

D. **Intercambio** o **Permutación** (genérica o por inversión): dos sustituciones recíprocas, se conmutan dos elementos de la proposición: inversión, hendíadis, homología, anacoluto, quiasmo, antimetábola, antilogía, hipérbaton, regresión, silepsis, enálage, hipálage, anástrofe, anagrama, metatesis, anacronismo oxímoron, etc.

Las operaciones de adjunción y supresión se consideran como fundamentales y las de sus-

titución e intercambio como derivadas.

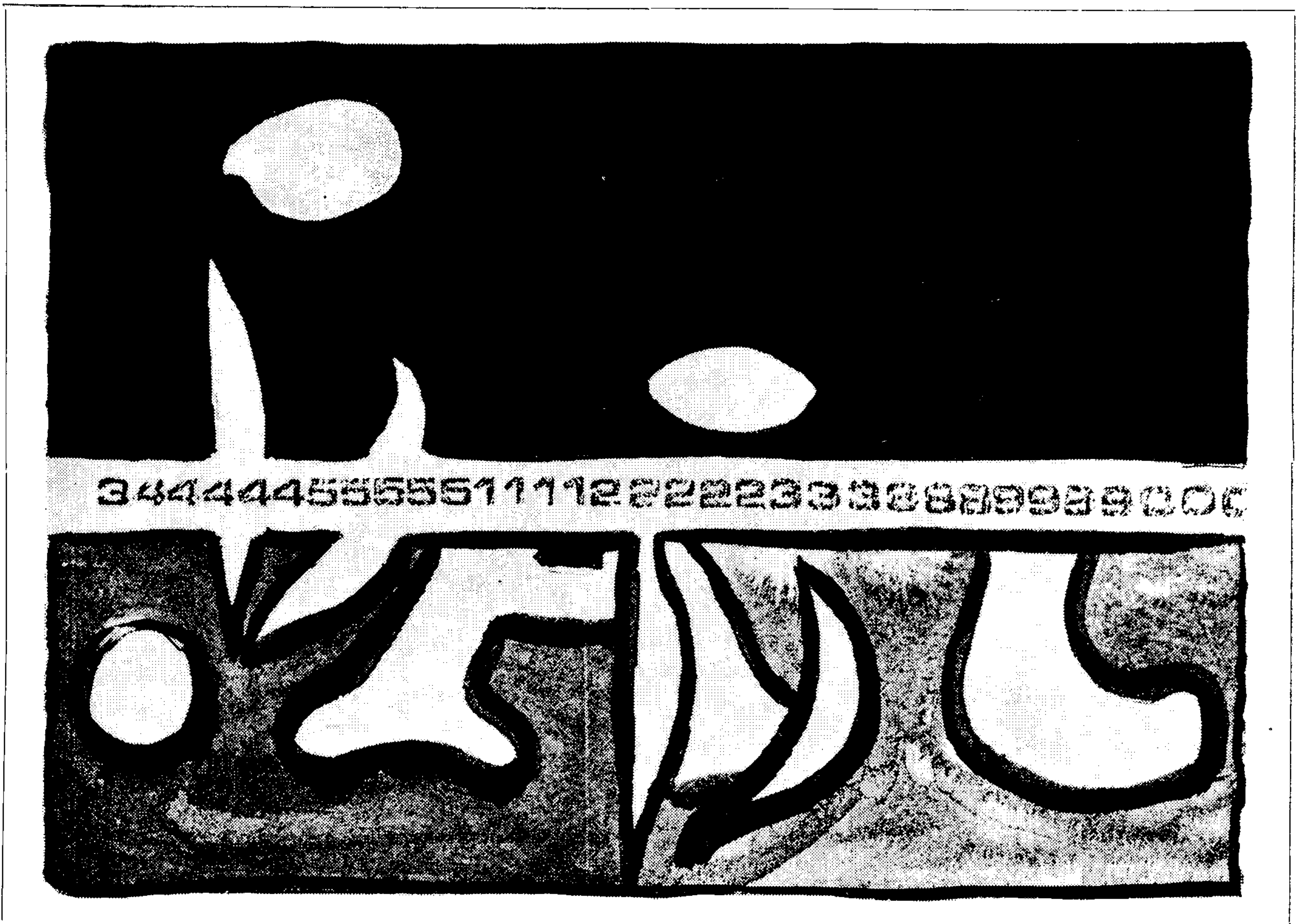
Las **Relaciones** que existen entre dos proposiciones se pueden clasificar en dos oposiciones fundamentales: la similitud ("mismos") y la diferencia ("otros") por un lado, la solidaridad y la oposición por el otro. Si se definen las expresiones "mismos" (elementos que pertenecen a un paradigma compuesto por un solo término), "otros" (pertenecen a un paradigma que comprende otros términos) y "opuestos" (pertenecen a un paradigma de términos antagónicos), se tendrán las siguientes relaciones entre proposiciones:

- a. **Identidad**, relaciones "mismos" únicamente.
- b. **Similitud**: una relación "mismo" por lo menos, y relaciones "otros".
- c. **Oposición**: una relación "opuesto" por lo menos.
- d. **Diferencia**: únicamente relaciones "otros".
- e. **Falsa Homología**: relaciones idénticas en cuanto a la forma y opuestas en cuanto al contenido (doble sentido) o viceversa (paradoja).

Finalmente, combinando las dos dimensiones (operaciones y relaciones) Durand obtiene, como de una matriz lógico-formal, la casi totalidad de las figuras retóricas⁽³⁵⁾. (Este será precisamente el cuadro y el orden, con algunas variantes, que se sigue en la descripción y análisis de las figuras y procedimientos retóricos utilizados en los mensajes publicitarios que se aborda en el capítulo final de la monografía: a lo largo de él se define cada figura y se presentan ejemplos ilustrativos de su empleo visual en anuncios de publicidad). Construye un cuadro donde para cada casilla se propone una figura como ejemplo representativo así:

Cuadro de la Clasificación General de las Figuras según J. Durand.

RELACION ENTRE ELEMENTOS VARIANTES	OPERACION RETORICA			
	A Adjunción	B Supresión	C Sustitución	D Intercambio
1. Identidad	Repetición	Elipsis	Hipérbole	Inversión
2. Similitud				
— de Forma	Rima	Circunloquio	Alusión	Hendíadis
— de Contenido	Comparación		Metáfora	Homología
3. Diferencia	Acumulación	Suspensión	Metonimia	Asíndeton
4. Oposición				
— de Forma	Enganche	Dubitación	Perífrasis	Anacoluto
— de Contenido	Antítesis	Reticencia	Eufemismo	Quiasmo
5. Falsas Homologías				
— Doble Sentido	Antanaclase	Tautología	Retruécano	Antimetábola
— Paradoja	Paradoja	Preterición	Antífrasis	Antilogía



NOTAS

1. Todorov, Tzvetan. *Teorías del Símbolo*. Caracas. Monte Avila. 1981. pp. 76-77.
2. Jaeger, Werner. *Paideia: Los Ideales de la Cultura Griega*. México. Fondo de Cultura Económica. 1978. p. 993.
3. Ibid. p. 994.
4. Ibid. p. 998.
5. Aristóteles. *El Arte de la Retórica*. Buenos Aires. Eudeba. 1966. pp. 42-44.
6. Citado en *Enciclopedia Universal Ilustrada*. Madrid. Espasa-Calpe. 1958. Tomo 50. p. 1428.
7. Todorov, Tzvetan. Op. cit. pp. 166-167. Para una historia completa. Cfr. Mortara Garavelli, Bice. *Manual de Retórica*. Madrid. Cátedra. 1991. pp. 17-62.
8. Eco, Umberto. *La Estructura Ausente*. Barcelona. Lumen. 1986. p. 205.
9. Cohen, Jean; Todorov, Tzvetan y otros. *Investigaciones Retóricas II*. Buenos Aires. Ed. Tiempo Contemporáneo. 1974. pp. 9-10.
10. Barthes, Roland. *Investigaciones Retóricas I. La Antigua Retórica. Ayudamemoria*. Buenos Aires. Ed. Tiempo Contemporáneo. 1974. pp. 9-10.
11. *Enciclopedia Universal Ilustrada...* Tomo 50. pp. 1414-15.
12. Beristán, Helena. *Diccionario de Retórica y Poética*. México. Porrúa. 1988. p. 421.
13. Barthes, Roland. Op. cit. p. 43. Cfr. también Mortara Garavelli, Bice. Op. cit. p. 63 ss.
14. Ibid. pp. 61-62.
15. Al respecto Cfr. Genette, Gérard. *Figuras III*. Barcelona. Lumen. 1989. pp. 23-46.

Genette hace una fuerte crítica a la generalizada "reducción tropológica" en que se ha constituido la retórica en su

historia reciente y, mejor que una "metafórica" o teoría de las figuras, propone una "nueva retórica" general o semiótica "de todos los discursos". Dicha restricción, que parte de la oposición entre lenguaje propio y figurado, instaura al tropo como modelo de toda figura y a la metáfora como núcleo paradigmático de toda la retórica, como el "tropo de tropos", como la "figura de figuras". Para Genette "la figuratividad esencial a todo lenguaje no se reduce a la metáfora" y en esa perspectiva confronta la superioridad jerárquica y el reinado absoluto que se le ha otorgado a ésta a partir de su definición como "todo desplazamiento de sentido". La "metaforología" o metáfora generalizada se instaló luego de la reducción, operada en la retórica moderna, a los polos opuestos Metáfora-Metonomía. En efecto, desde R. Jakobson la oposición clásica analogía (metáfora)-contigüidad (metonomía) se asimiló a la oposición lingüística paradigma-sintagma (equivalencia-sucesión). Para él todo acto de habla se encuentra sujeto a un código (léxico) que limita las posibilidades de seleccionar entidades lingüísticas (palabras) y combinarlas en unidades más complejas (frases). La producción de signos lingüísticos (mensajes y enunciados) se presenta según dos modos de relación y operación:

1. *Combinación* (contextura, complemento): todo signo está formado y/o aparece en combinación con otros signos.

2. *Selección* (sustitución): la opción entre dos posibilidades implica que se puede sustituir una por otra equivalentemente.

La *Combinación* se refiere a entidades asociadas en el mensaje (habla) es decir "in praesentia": términos presentes en una serie efectiva, ligados por una relación externa de *Contigüidad* sintáctica (Sintagma). La *Selección* se refiere a entidades asociadas en el código (lengua) es decir "in absentia": términos de una serie virtual, ligados por una relación interna de *Semejanza* semántica (Paradigma). Así, la *Metáfora*, caracteri-

zada por la Semejanza, y la *Metonomía*, caracterizada por la Contigüidad, constituyen los dos polos de la figuración retórica. El que se dé preferencia a uno con exclusión del otro puede depender de factores patológicos como la afasia (trastorno de las operaciones de la contigüidad o la semejanza), de la personalidad individual, del sistema cultural específico o del estilo verbal o representativo (predominio de la metonomía en la prosa, la épica, el realismo y el cubismo; de la metáfora en la poesía, la lírica, el romanticismo, el simbolismo y el surrealismo).

Jakobson reconoce el predominio que fue ganando la metáfora sobre la metonomía en la crítica y la interpretación: "la bipolaridad que realmente existe se ha reemplazado en estos estudios por un esquema unipolar amputado...". Cfr. *Fundamentos del Lenguaje*. Madrid. Ayuso-Pluma. 1980. p. 143. Genette atribuye la inflación de la metáfora al empleo abusivo del término *imagen*, que originalmente significó analogía o mimesis, para designar toda figura o anomalía semántica; así mismo al desplazamiento reductor del sentido de la palabra *símbolo* al de signo analógico, donde la analogía enmascara toda relación semántica. Hay motivaciones psicológicas de gran peso para la sobrevaloración de lo analógico, considerar cualquier relación semántica "arbitraria" como analógica parece ser uno de los primeros impulsos de la mente; y esta actitud se refuerza aún más ya que la definición de tropo como "sustitución de términos" sugiere una equivalencia entre éstos que espontáneamente se concibe como similitud y semejanza.

Aunque Genette denuncia la jerarquización y subordinación de los tropos a los principios asociativos de similitud, contigüidad y oposición, no se puede desconocer el peso que las asociaciones y oposiciones sicológicas de semejanza y contigüidad tienen en diversos procesos simbólicos personales y sociales estudiados por algunas "ciencias humanas":

Disciplina	Problema	Semejanza	Contigüidad
Lingüística	Lenguaje	Paradigma Metáfora	Sintagma Metonimia. Sinécdoque
Sicoanálisis	Sueños. Chiste	Identificación Simbolismo	Condensación Desplazamiento
Etnología	Magia	Simpatía. Imitación Imagen - Cosa	Contagio Parte - Cosa
Teoría Gestalt	Percepción	Ley Igualdad	Ley Proximidad

16. Beristán, Helena. Op. cit. pp. 211-212.
17. *Enciclopedia Universal Ilustrada...* Tomo 64. p. 1034.
18. Nietzsche, Federico. "Retórica", en *Obras Completas*. Buenos Aires. Aguilar. 1963. Tomo V. p. 383-384.
19. Ibid. p. 385.
20. Beristán, Helena. op. cit. p. 214.
21. Barthes, Roland. Op. cit. p. 73.
22. Todorov, Tzvetan. *Literatura y Significación*. Barcelona. Planeta. 1974. pp. 214-221.
23. Ibid. p. 212.
24. Ducrot, Todorov y otros. *Diccionario Enciclopédico de las Ciencias del Lenguaje*. Buenos Aires. Siglo XXI. 1976. p. 317.
25. Nietzsche, Federico. Op. cit. pp. 381-382.
26. Nietzsche, Federico. "Sobre la Verdad y la Mentira en Sentido Extramoral", en *Obras Completas*. Buenos Aires. Aguilar. 1963. Tomo V. pp. 243-245. Al respecto Cfr. De Man, Paul. *Alegorías de la Lectura*. Barcelona. Lumen. 1990. pp. 126-157.
27. Barthes, Roland. Op. cit. pp. 73-74.

28. Todorov, Tzvetan. *Teorías del Símbolo*. P. 103 ss. *Literatura y Significación*. P. 205 ss. En este último texto ver la división que Todorov hace de los tropos entre *Anomalías* (que se oponen "no la 'expresión propia', sino a la regla lingüística infringida") y *Figuras* (éstas no se oponen a una regla "sino a un discurso que no se sabe describir"); pp. 224-31. Cfr. también Mortara Garavelli, Bice. Op. cit. p. 164.
29. Barthes, Roland. Op. cit. p. 74.
30. Eco, Umberto. *Tratado de Semiótica General*. Barcelona. Lumen. 1985. p. 438.
31. Eco, Umberto. *La Estructura Ausente*. Barcelona. Lumen. 1986. p. 194.
32. Ibid. pp. 199-200.
33. Ibid. pp. 197-198.
34. Eco, Umberto. *Tratado de Semiótica General*. p. 450.
35. Durand, Jacques; Metz, Ch., y otros. *Análisis de las Imágenes*. (Comunicaciones). Buenos Aires. Ed. Tiempo Contemporáneo. 1972. pp. 84-88. Cfr. también Mortara G., Bice. Op. cit. p. 43. Así mismo, ver la interesante propuesta de Juan Magariños de Morantín quien, desde una orientación lógica, analiza los cambios de sentido producidos en el mensaje publicitario

por las figuras retóricas. Este autor entiende el mensaje como un texto (o contexto) constituido por tres clases de "signos" interrelacionados: íconos, índices y símbolos, y propone unos esquemas de modificación de contextos convencionales. Las figuras retóricas consisten en operaciones significantes (variaciones) que a partir de un contexto convencional provocan determinados cambios de sentido, maniobras que al modificar los significantes de un texto producen algún tipo de modificación en el sentido del mensaje. Tales operaciones ponen en relación signos de elementos o entidades (sustantivos) y signos de cualidades o predicados (adjetivos). Y las transformaciones posibles a partir de ellas se verifican en el orden de un solo contexto o en el orden y sustitución entre dos contextos (convencional y modificado). Las operaciones significantes, posibles en un único contexto, serían: 1. Reiteración. 2. Expansión del contexto. 3. Alteración de orden. 4. Supresión. Ejemplos: Aliteración o Paronomasia, Quiasmo, Elipsis, Sinécdoque, Metonimia y Antítesis. Las operaciones significantes, posibles a partir de más de un contexto, serían: 5. Adjunción. 6. Sustitución. Ejemplos: Hipérbole y Lítote, Comparación, Metáfora, Alegoría, Ironía o Antífrasis, Paradoja. Cfr. "El Mensaje Publicitario". Buenos Aires. Hachette. 1984. p. 245 ss.