

RETÓRICA DEL VIDEOARTE

Estudio aplicado a la videopoesía

Giorgio De Marchis

(giorgiodemarchis@hotmail.com)

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

Resumen

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

Palabras clave

Retórica; videoarte; videopoesía, persuasión.

Abstract

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

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

Keywords

rhetoric; video art; videopoetry, persuasion.

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

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

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

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

este estereotipo son que preferimos atender y creer más a alguien atractivo que a alguien que no lo sea. La palabra “figura” proviene del griego y significa: “porte, continente”. Quintillano la define como la “manera de expresarse que se aparta del modo corriente de hablar cotidianamente” (Lausberg; 1983: 35). Las figuras retóricas son el *ornatus* del texto, corresponden a la *manera artística* de comunicar y son lo que lo hacen bello. Atraen la atención sobre el texto y aumentan su credibilidad gracias al estereotipo antes mencionado. Las figuras tradicionales hacen referencia al texto, pero es posible trasladarlas al campo de la imagen. Algunas con mayor y otras con menor éxito, prácticamente todas es posible encontrarlas en formato visual. Como nos recuerda Spang²: “en principio no hay ninguna figura ni ningún tropo que no se pueda documentar también en un texto publicitario”. Podemos cambiar de este texto la palabra “publicitario” por “videoarte”.

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

1. Análisis

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

² Citado por Marisa Arroyo (1998:76)

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

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

1.1. Tipos y frecuencias

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

Sumatorio de las variables de retórica (sustitución)

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

³ Gramática, retórica y dialéctica.

Tabla 3

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

Retorica Imagen - Figuras de Sustitución - Metáfora

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

Tabla 4

Retorica Imagen - Figuras de Sustitución - Símbolo

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

Tabla 5

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

Retorica Imagen - Figuras de Sustitución - Sinécdoque particularizante

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

Tabla 6

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

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

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

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

Sumatorio de las variables de retórica (adición)

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

Tabla 7

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

1.2. Relaciones entre grupos

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

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

1.3. Densidad retórica

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

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

Tabla 1

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

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

Tabla 2

Hay una densidad retórica que puede decirse alta, oscilando entre un 3,74 y un 4,11, según la forma de medir⁴. Esto es debido a que hay un elevado grado expresivo y descriptivo, y baja narratividad, además de una tentativa de ruptura arraigada en el concepto occidental del arte moderno. Para darle mayor validez a esta cifra, sería necesario hacer un estudio paralelo sobre programas narrativos (cortometrajes, por ejemplo).

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

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

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

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

2. Discusión

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

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

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

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

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

Referencias Bibliográficas

- Aristóteles (1998). Retórica. Madrid, Alianza Editorial.
- Díez Arroyo, M. (1998). La Retórica del mensaje publicitario. Un estudio de la publicidad inglesa. Oviedo, Universidad de Oviedo.
- García García, F. (2000). La publicidad en radio: imágenes de baja intensidad retórica. La publicidad en la radio. Pontevedra: 29-60.
- Lausberg, H. (1983). Manual de retórica literaria. Fundamentos de una ciencia de la literatura. Madrid, Editorial Gredos.

Anexo 1: FIGURAS RETÓRICAS ANALIZADAS

A. Figuras de Adición

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

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

B. Figuras de Supresión

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

C. Figuras de Sustitución

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

D. Figuras de intercambio o permutación

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

Anexo 2

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Alegoría

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

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Alusión

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

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Concretización

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

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Metáfora

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

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Metonimia

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

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Símbolo

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

Retorica Imagen_Figuras de Sustitución_Sinécdoque_particularizante

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

Retorica Imagen_Figuras de Adición_Acumulación

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

Retorica Imagen_Figuras de Adición_Pleonasmo (o tautología o redundancia)

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

Retorica Imagen_Figuras de Adición_Repetición diseminada

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

Retorica Imagen_Figuras de Adición_Sinonimia

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