

RESEÑA

The background features a large, light beige circle on the left side, partially overlapping a larger, light green circle on the right. The text 'RESEÑA' is centered horizontally and positioned in the upper half of the image, overlapping the beige circle.

Reseña de *Lenguaje creativo en el discurso periodístico deportivo. Estudio contrastivo en español, francés e inglés* de Sara Quintero Ramírez (2019).

Berlín: Peter Lang. 197 págs

Lenguaje creativo en el discurso periodístico deportivo. Estudio contrastivo en español, francés e inglés es una obra cuyo objetivo es dar cuenta de manera contrastiva de la variedad de figuras retóricas de orden semántico y sus funciones dentro del discurso periodístico deportivo en diarios digitales en tres lenguas: español, inglés y francés.

El libro está dividido en seis capítulos: el primero está dedicado a las bases teóricas que sostienen el estudio, así como la metodología empleada en el análisis; los capítulos dos al cuatro exhiben los diferentes ejemplos y hallazgos de cada uno de los subcorpus analizados (uno por cada lengua); el capítulo cinco está dedicado al análisis contrastivo de los tres subcorpus y el sexto se refiere a las conclusiones de la investigación.

En el primer capítulo, la autora pone de relieve la importancia de los medios masivos de comunicación y explica por qué seleccionó la prensa electrónica para su estudio. Asimismo, la investigadora advierte que el estudio contrastivo llevado a cabo tiene como objetivo dar cuenta de las semejanzas y diferencias de tres figuras retóricas de orden semántico en tres lenguas distintas.

En lo referente a las figuras retóricas, la autora explica que estas muestran el ingenio de los periodistas deportivos al tiempo que les sirven para evitar repeticiones. Así, las figuras retóricas despliegan características comunes, rasgos diferenciales y funciones variadas.

La investigadora define y justifica el análisis de tres figuras retóricas en su investigación: la metáfora, la metonimia y la hipérbole. En efecto, dichas figuras retóricas, explica, son las más usadas en el discurso deportivo. Además, un análisis que pretendiese dar cuenta de las diferentes funciones de cada una de las figuras sería prácticamente imposible si se considerase un mayor número de figuras diferentes.

Reynaldo Radillo Enríquez
reynaldo.radillo@csh.udg.mx
Universidad de Guadaluajara

Recibido: 15/10/2019

Aceptado: 20/11/2019

VERBUM ET LINGUA

NÚM. 14

JULIO / DICIEMBRE 2019

ISSN 2007-7319

Por otro lado, Quintero Ramírez explica que su análisis se basó en 150 notas periodísticas, a razón de 10 textos de 5 diferentes diarios electrónicos por cada lengua, esto es, 50 notas en cada lengua provenientes de 15 diarios diferentes.

En lo que respecta a los diarios analizados, la investigadora consideró publicaciones de los 5 continentes: América, Europa, Asia, África y Oceanía. Así, el trabajo muestra textos de publicaciones de México, España, Perú, Venezuela, Argentina, Francia, Argelia, Marruecos, Bélgica, Canadá, Quebec, Reino Unido, India, Estados Unidos y Nueva Zelanda.

En cuanto al procedimiento de análisis, Quintero Ramírez identificó, en primer lugar, las figuras retóricas de orden semántico presentes en los textos. Enseguida, las clasificó en tres categorías (metáforas, metonimias e hipérbolos). Después realizó el conteo de las ocurrencias para determinar su frecuencia de aparición y, finalmente, determinó el uso de estas a nivel textual y comunicativo. La investigadora también realizó observaciones a nivel sintáctico, semántico y textual.

El capítulo II está dedicado al subcorpus en español. En él se analizan 1,038 figuras retóricas de orden semántico resultando las metáforas aquellas más utilizadas, pues representan el 54.82% de todas ellas. Le siguen las metonimias con un 37.28% y las hipérbolos con un 7.9%.

En lo relativo a las metáforas, la autora explica que estas pertenecen mayoritariamente al campo semántico bélico pues los encuentros deportivos son presentados como una suerte de batalla entre rivales: *disparo, ataque, defensa, batalla*, etcétera. Asimismo, se presentan figuras del ámbito de

la orientación y la direccionalidad, es decir, figuras que remiten a un ascenso con una connotación positiva y a un descenso con una connotación negativa. Finalmente, la investigadora también encontró que los periodistas utilizan los sobrenombres de los diferentes clubes deportivos para referirse a los conjuntos o equipos.

El uso de las metáforas, explica la autora, encripta los textos para aquellos lectores que son ajenos al mundo del deporte, pero los vuelve atractivos para los conocedores y seguidores de los equipos y personajes del deporte.

En cuanto a las metonimias, estas constituyen la segunda figura retórica de orden semántico más utilizada en los diarios en español. Quintero Ramírez explica que estas tienen funciones tanto anafóricas como catafóricas, pues son utilizadas para designar a un deportista ya mencionado o cuyo nombre será explicitado más tarde en el texto. Asimismo, resulta común el uso de dos metonimias combinadas para la tarea de referir. Finalmente, las funciones encontradas por la autora son las de i) retomar al referente de manera novedosa para captar la atención del lector, ii) aposición y iii) dar cohesión al texto en tanto que anáforas gramaticales.

Por su parte, las hipérbolos resultan la figura retórica de orden semántico menos socorrida por los periodistas deportivos de habla hispana: tan sólo 7.9% de las figuras retóricas pertenecen a esta categoría. Los periodistas las usan o bien para engrandecer o bien para depreciar a algún deportista o equipo al tiempo que cumplen una función emotiva.

En suma, los hallazgos de Quintero Ramírez en el subcorpus en español pue-

den resumirse de la siguiente manera: las metáforas son las más abundantes en la prensa de habla hispana y su función es la de “mitigar [...] la complejidad del léxico especializado [pero] la nota se torna todavía más encriptada [para] aquellos lectores ajenos a los diferentes eventos deportivos” (Quintero Ramírez, 2019: 68). Estas figuras retóricas pertenecen mayoritariamente a tres campos semánticos, a saber, el bélico-militar, la orientacionalidad y aquellas basadas en el nombre o sobrenombre del equipo (principalmente animales).

Por su parte, las metonimias se usan para designar a un atleta, personaje deportivo o un equipo. En ambos casos se recurre frecuentemente a la nacionalidad o al hiperónimo “jugador”; cumplen una función estilístico-textual, apositiva y cohesionadora en tanto que anáforas gramaticales.

Finalmente, las hipérbolos se utilizan para engrandecer o degradar a deportistas o equipos con miras a suscitar ciertas emociones en el lector: i) congeniar, ii) reprobar una actuación, iii) atenuar una derrota y iv) presentar una situación inesperada.

En el capítulo III, dedicado al análisis del subcorpus en francés, la investigadora explica que en los textos analizados en esta lengua encontró menos figuras retóricas que en el subcorpus en español. Sin embargo, son las metonimias las más abundantes, a diferencia de los textos de diarios hispanicos. Así, las figuras retóricas más frecuentes en orden decreciente son la metonimia, la metáfora y la hipérbole.

En palabras de Quintero Ramírez, las metáforas pertenecen a los campos semánticos bélicos, orientacionales, de los espectáculos y la anatomía. Las dos primeras estarían ya lexicalizadas en el discurso deportivo. Al

igual que en el subcorpus en español, las metáforas imprimen emociones al léxico especializado al tiempo que lo encriptan para los lectores ajenos a los deportes.

Por otro lado, las metonimias surgen a través de la nacionalidad o de la ciudad a la que representan tanto los atletas individuales como los equipos deportivos, así como a través de rasgos o símbolos de dichas ciudades o países. A diferencia del subcorpus en español, en los diarios franceses no hay uso de los números del uniforme de un atleta para hacer referencia a él. Las funciones estilístico textuales de estas figuras son las de aposición como catáforas y como cohesionadores textuales para evitar la monotonía en el discurso.

Por su parte, las hipérbolos son usadas para elogiar a un equipo o personaje deportivo, en particular cuando se trata de alguien modesto en su desempeño. En este caso se pretende provocar emoción en el público. Asimismo, estas figuras retóricas tienen como función la de agraviar situaciones, pero no para denigrar a equipo o atleta alguno como sucede en español, así como para evidenciar o intensificar diversas circunstancias. Otro rasgo de las hipérbolos es el hecho de que coocurren con metáforas.

A modo de resumen, se puede decir que i) el subcorpus en francés presenta menos figuras retóricas que aquel en español, ii) los diarios de habla francesa hacen un mayor uso de metonimias que de metáforas, iii) la presencia de hipérbolos es mínima y iv) las metáforas pertenecen a los campos semánticos bélico-militar, orientacional, espectáculos y anatomía.

El capítulo IV está dedicado al subcorpus en inglés. En él se advierte que hay más figuras retóricas en general que en el

subcorpus en francés, pero menos que en aquel en español.

En relación con las metáforas, se trata de las figuras más recurrentes incluso más que en los diarios de las otras dos lenguas. Los campos semánticos a los que pertenecen dichas figuras son el bélico-militar y el orientacional y sus funciones son las de atraer al lector al tiempo que encriptan los textos para el público ajeno a los eventos deportivos.

Las metonimias presentan también diferencias con respecto de los otros subcorpus: no hay metonimias comunes para referirse a deportistas y equipos, no hay referentes de otra realidad deportiva como sucede en francés y se privilegia el uso de la edad como estrategia metonímica. Sus funciones son i) estilística (el referente se encuentra en el titular y se alude a él después), ii) apositiva y iii) como recurso de cohesión.

En cuanto a las hipérboles, estas son escasas y se usan para ensalzar a los deportistas, para intensificar jugadas o resultados a fin de emocionar al lector. Otro rasgo de estas figuras retóricas es el de agravar únicamente a los equipos y no a los deportistas en lo individual.

El capítulo V presenta el análisis contrastivo de los tres subcorpus. La autora destaca que en los resultados generales encontró un mayor número de figuras retóricas en los diarios hispánicos que en aquellos en francés e inglés. Asimismo, los diarios de habla inglesa son los segundos en recurrir a las figuras retóricas y aquellos del espacio francófono son los que las utilizan menos.

Además, las metáforas son la figura retórica de orden semántico más recurrente en los diarios analizados con una presencia de 53.01%. Es de destacar que solamente

en los subcorpus en español e inglés se encontraron más metáforas que metonimias. Estas últimas tienen una frecuencia de aparición de 42.26% y constituyen las figuras más utilizadas en los diarios en francés. Finalmente, las hipérboles constituyen un 4.69% de todas las figuras retóricas encontradas por la autora.

La metáfora representa pues más de la mitad de las figuras retóricas encontradas en el corpus y, en su mayoría, pertenecen a los campos semánticos bélico-militar y orientacional, pues se encuentran un tanto lexicalizadas en el discurso deportivo.

En lo referente al campo semántico bélico-militar, se encuentran metáforas que presentan los hechos en términos de ofensivas y defensivas de un equipo, en sustantivos de lucha entre dos fuerzas opuestas o bien que aluden a la fuerza del golpe al balón equiparándolo con un arma de fuego.

Las metáforas orientacionales están relacionadas con la orientación espacial. Así, un ascenso tiene una connotación positiva y un descenso es negativo.

La investigadora destaca la importancia de estas figuras en el discurso deportivo (Quintero Ramírez, 2019: 156-158):

[...] por sus rasgos tanto sintácticos como semánticos [las metáforas] juegan un rol muy importante en la descripción de la realidad deportiva, ya que permiten conceptualizar dicha realidad de manera creativa e ingeniosa. [Los periodistas] adornan su discurso y ponen a prueba la imaginación del lector.

En suma, las metáforas contribuyen al embellecimiento del texto y su uso iterativo

hace que las notas sean atractivas e interesantes para los seguidores de los deportes, pero las encriptan para quienes no son asiduos consumidores de eventos deportivos.

En lo referente a las metonimias, el subcorpus en francés fue el único que hace mayor uso de esta figura retórica que de las otras dos. Estas aluden, en los tres subcorpus, a deportistas o personajes del deporte y a equipos deportivos. La nacionalidad o ciudadanía es la única estrategia metonímica usada tanto para personajes como para equipos del mundo del deporte en español y francés. En contraste, en el subcorpus en inglés esta figura se usa únicamente para personajes en lo individual.

Las metonimias en los tres subcorpus que hacen referencia a los deportistas presentan i) un rasgo característico (logros recientes o pasados), ii) la posición que ocupan en el terreno de juego, así como iii) hiperónimos de profesión. Asimismo, se encuentran figuras retóricas que combinan demarcación y edad, número del uniforme (en español e inglés) o solamente edad (en inglés).

Para los equipos, las estrategias metonímicas en los tres subcorpus tienen que ver con i) el nombre del país o ciudad que representan, ii) los colores del uniforme, iii) su calidad de visitante o local, iv) sustantivo seguido de un subsintagma con el nombre del entrenador y v) el número de deportistas del equipo en el terreno de juego. En el caso del inglés y del francés, también se hace uso de algún rasgo del país o ciudad que representa el equipo. Una particularidad encontrada en el subcorpus en español es que se nombra a otras realidades del deporte como el balón, mientras que, en francés, se alude a lugares como el estadio. Esto no sucede en el subcorpus en inglés.

En lo referente a las funciones de las metonimias, la investigadora sostiene que son de tres tipos: i) apositiva en los tres subcorpus, principalmente anafórica en español e inglés y catafórica en francés, ii) dar cohesión a la nota deportiva pues aluden a un mismo referente a través de una redacción ingeniosa pero encriptan el discurso para quienes no están familiarizados con él y iii) estilística ya que se menciona al referente en el titular y este se retoma a través de una metonimia en el encabezado inferior en español e inglés. Esta tercera función forma parte de la función cohesionadora.

En cuanto a las hipérboles, el subcorpus en español es el que presenta una mayor ocurrencia de estas. La investigadora identificó tres tendencias valorativas de las hipérboles: engrandecer, denigrar o solamente intensificar una situación.

La función de engrandecer coocurre con otras figuras como la metáfora y se presenta principalmente para ensalzar figuras del deporte en los tres subcorpus. Las hipérboles que denigran no se encontraron en el subcorpus en francés y las hipérboles neutras o que solo acentúan los rasgos de una situación no se encontraron en el subcorpus en inglés.

De manera general, la función de las hipérboles sería la de captar la atención del lector al tiempo que se le provee un momento de humor.

Finalmente, los tres subcorpus presentan rasgos que los diferencian: el subcorpus en español es el que presenta el mayor número de figuras retóricas en general y el mayor número de hipérboles además de ser el segundo en número de metáforas y metonimias. El subcorpus en francés es el que

explota más metonimias y el que emplea el menor número de figuras retóricas en general. Asimismo, se trata del subcorpus que tiene el menor número de metáforas, pero el segundo en número de hipérboles. Los textos en inglés presentaron el mayor número de metáforas y el menor número de metonimias e hipérboles de los tres subcorpus. Finalmente, se trata del segundo subcorpus en cuanto al número de figuras retóricas en general.

El capítulo VI está dedicado a las conclusiones de la investigadora. Quintero Ramírez destaca que entre los hallazgos más importantes de su análisis las **metáforas** son las figuras más recurrentes de todo el corpus, las más numerosas en español e inglés y las segundas en francés. La mayoría de ellas son estructurales y las más abundantes son las bélico-militares. También se encuentran metáforas orientacionales ya lexicalizadas en el discurso deportivo que responden a necesidades denominativas y que tienen una función expresiva.

Las **metonimias**, por su parte, resultan el recurso más utilizado en francés y se utilizan para dos referentes principalmente: deportistas o personajes del deporte o equipos deportivos. Para los deportistas, los periodistas hacen uso de algún rasgo característico como sus logros, de su posición o función en el terreno de juego o de un hiperónimo. Para los equipos, el nombre de la ciudad o país representado, el color del uniforme, la condición de local o visitante, un sustantivo común seguido de un

subsintagma con el nombre del entrenador y el número de miembros del equipo son las estrategias metonímicas principalmente empleadas. Sus funciones son apositiva (anáforas o catáforas), cohesiva (deixis anafórica o catafórica) que trasciende la dimensión frástica para llegar a la textual y, finalmente, estilística.

Las **hipérboles** son la figura retórica menos explotada en general y cumplen una función valorativa: positiva, negativa o neutra. Asimismo, no es raro encontrarlas en copresencia de otras figuras como la metáfora y tienen como objetivo el aumento de la expresividad y suscitar una diversidad de emociones y sentimientos en el lector además de agregar humor al texto.

En suma, las figuras retóricas analizadas por Quintero Ramírez permiten la construcción de textos coherentes con anáforas y catáforas (metonimias), hacer uso de conceptos de varios campos semánticos (metáforas) y provocar sentimientos diversos en el lector además del toque de humor (hipérboles). Al mismo tiempo, encriptan el texto para quienes no son seguidores del deporte.

Finalmente, en lo referente a las aportaciones del estudio, el trabajo de la investigadora es el primero que presenta no solo la metáfora sino también la metonimia y la hipérbole en notas deportivas en general y no solo en fútbol. Además, antes de este trabajo las hipérboles no habían sido analizadas tan exhaustivamente en el discurso deportivo y se trata de uno de los pocos estudios contrastivos de diferentes lenguas.