

ASUNCIÓN ESCRIBANO HERNÁNDEZ

LA RETÓRICA PUBLICITARIA EDITORIAL

El arte de vender un libro



Colección: *Bibliotheca Philologica*

Dirección: LIDIO NIETO JIMÉNEZ

© by ARCO/LIBROS, S.L., 2012

Juan Bautista de Toledo, 28. 28002 Madrid

ISBN: 978-84-7635-843-6

Depósito Legal: M-25.816-2012

Impreso en España por Lavel, Industria Gráfica, S. A. (Madrid)

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	13
2.	LA COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD EDITORIAL	17
3.	EL EMISOR.....	25
3.1.	El locutor	26
3.2.	La voz del protagonista.....	31
3.3.	Tipos de polifonía	33
3.3.1.	<i>Negación polémica</i>	33
3.3.2.	<i>Ironía ecoica polifónica</i>	35
3.3.3.	<i>Argumento de autoridad</i>	39
3.3.4.	<i>Polifonía impuesta</i>	48
3.3.5.	<i>Diafonía</i>	50
3.4.	El discurso reproducido	51
3.5.	Los actos del lenguaje	54
3.5.1.	<i>Actos representativos</i>	56
3.5.2.	<i>Actos directivos</i>	56
3.5.3.	<i>Actos comisivos</i>	60
3.5.4.	<i>Actos expresivos</i>	61
3.5.5.	<i>Declaraciones</i>	63
3.6.	La cortesía	64
3.6.1.	<i>La claridad</i>	65
3.6.2.	<i>La cortesía</i>	66
3.6.2.1.	La formalidad.....	66
3.6.2.2.	La vacilación.....	68
3.6.2.3.	La camaradería	70
3.6.3.	<i>Los actos corteses</i>	71
3.6.3.1.	Los actos sociales.....	71
3.6.3.2.	Los actos indiferentes	73
3.6.3.3.	Los actos competitivos	74
3.6.3.4.	Los actos conflictivos	75
3.6.4.	<i>Las máximas</i>	75
3.6.4.1.	De tacto.....	76

3.6.4.2.	De generosidad	76
3.6.4.3.	De aprobación	77
3.6.4.4.	De modestia.....	77
3.6.4.5.	De acuerdo	77
3.6.4.6.	De simpatía.....	78
3.6.5.	<i>La racionalidad</i>	78
3.6.6.	<i>La imagen pública</i>	79
3.7.	La modalidad.....	80
3.7.1.	<i>Las modalidades de la frase</i>	81
3.7.2.	<i>Las modalidades de certidumbre y posibilidad</i>	83
3.7.3.	<i>Las modalidades apreciativas</i>	87
3.7.4.	<i>Las modalidades expresivas</i>	88
4.	EL RECEPTOR.....	91
4.1.	El alocutario	94
4.2.	El destinatario indirecto	96
4.3.	El receptor adicional.....	97
4.4.	El destinatario encubierto	98
4.5.	La voz del lector en el texto	99
5.	EL MENSAJE	103
5.1.	El objeto promocionado.....	103
5.1.1.	<i>Una editorial</i>	104
5.1.2.	<i>Un libro</i>	105
5.1.3.	<i>Varios elementos</i>	106
5.1.4.	<i>Varios libros</i>	106
5.1.5.	<i>Una colección</i>	107
5.1.6.	<i>Un punto de venta</i>	107
5.1.7.	<i>La página web del libro o de la editorial</i>	108
5.1.8.	<i>Un premio</i>	108
5.1.9.	<i>Un patrocinador</i>	110
5.1.10.	<i>Otros objetos</i>	111
5.2.	Los elementos presentes en la publicidad.....	114
5.2.1.	<i>Título del libro, imagen de cubierta y autor</i>	114
5.2.2.	<i>Título del libro y cubierta, autor y fotografía u obras anteriores</i>	115
5.2.3.	<i>Nombre del premio, ganador y finalista</i>	115
5.2.4.	<i>El contenido de la historia</i>	115
5.2.5.	<i>La especialización temática de las obras</i>	117

5.3. La estructura textual.....	117
5.3.1. <i>El título</i>	118
5.3.2. <i>El eslogan</i>	119
5.3.3. <i>Los subtítulos</i>	120
5.3.4. <i>El cuerpo de texto publicitario</i>	120
5.3.5. <i>La firma</i>	121
5.3.6. <i>Eslogan de cierre</i>	121
5.3.7. <i>Otros textos</i>	121
5.3.8. <i>Otros elementos icónicos</i>	122
5.3.9. <i>La imagen</i>	124
5.4. Tipos de textos	126
5.4.1. <i>Narrativos</i>	126
5.4.1.1. El diálogo	137
5.4.1.2. El cuento	138
5.4.1.3. El diario	140
5.4.1.4. El microrrelato	141
5.4.1.5. La biografía	146
5.4.2. <i>Descriptivos</i>	148
5.4.3. <i>Expositivos</i>	150
5.4.4. <i>Poéticos</i>	151
5.4.5. <i>Sentencias, refranes y frases hechas</i>	152
5.4.6. <i>Otros</i>	154
5.4.6.1. La carta	154
5.4.6.2. El bando	156
5.4.6.3. El cómic	157
5.4.6.4. El periódico	158
5.4.6.5. La dedicatoria	159
5.4.6.6. Los textos bíblicos	159
5.4.6.7. El juego infantil	161
5.4.6.8. La tarjeta de presentación	162
5.5. La argumentación clásica	163
5.5.1. <i>Argumentaciones basadas en los objetos/sucesos y sus relaciones</i>	166
5.5.1.1. Causalidad y argumentación	166
5.5.1.2. Argumentación y analogía	167
5.5.1.3. Sobre la naturaleza de las cosas y su definición	169
5.5.2. <i>Argumentaciones basadas en el lenguaje</i>	170
5.5.2.1. Los tópicos del libro	170
5.5.2.2. El refuerzo argumentativo	226

5.5.3.	<i>Argumentaciones basadas en el proceso interactivo.</i>	227
5.6.	Argumentación léxica	228
5.6.1.	<i>Los sustantivos</i>	229
5.6.2.	<i>Los verbos</i>	235
	5.6.2.1. Proceso mental	237
	5.6.2.2. Proceso material	238
	5.6.2.3. Conducta	241
	5.6.2.4. Proceso verbal	242
5.6.3.	<i>Los adjetivos</i>	243
	5.6.3.1. Adjetivos objetivos	245
	5.6.3.2. Adjetivos subjetivos afectivos	245
	5.6.3.3. Adjetivos subjetivos evaluativos no axiológicos	247
	5.6.3.4. Adjetivos subjetivos evaluativos axio- lógicos	247
	5.6.3.5. Ámbitos temáticos de los adjetivos ..	249
5.6.4.	<i>Los adverbios</i>	255
	5.6.4.1. Clasificación semántica	256
	5.6.4.2. Adverbios externos al dictum	261
	5.6.4.3. Adverbios del modus	262
	5.6.4.4. Otros adverbios	264
5.7.	Argumentación morfológica y sintáctica	267
5.7.1.	<i>Uso persuasivo de las formas verbales</i>	267
	5.7.1.1. El imperativo	267
	5.7.1.2. El gerundio	268
	5.7.1.3. El infinitivo	269
	5.7.1.4. El futuro	270
	5.7.1.5. El condicional	271
5.7.2.	<i>Las construcciones sintácticas y su uso persua- sivo</i>	271
	5.7.2.1. Las estructuras nominales	271
	5.7.2.2. Las oraciones simples	272
	5.7.2.3. Las oraciones de relativo	273
	5.7.2.4. Las oraciones causales	273
	5.7.2.5. Las oraciones condicionales	274
	5.7.2.6. Las oraciones finales	277
	5.7.2.7. Las oraciones temporales	278
	5.7.2.8. Las oraciones de lugar	279
	5.7.2.9. Las oraciones comparativas	279
5.7.3.	<i>La interrogación y su valor</i>	280

5.7.3.1.	Preguntas en las que se pide información	280
5.7.3.2.	Interrogaciones orientadas	281
5.7.3.3.	Preguntas de examen	282
5.7.3.4.	Interrogación problemática	284
5.7.3.5.	Interrogación exclamativa	284
5.7.3.6.	Petición de instrucción, permiso, ofrecimiento o sugerencia	285
5.7.3.7.	Interrogación retórica	285
5.8.	La argumentación pragmática	287
5.8.1.	<i>Las violaciones de las máximas</i>	288
5.8.1.1.	Máxima de cantidad	288
5.8.1.2.	Máxima de cualidad	290
5.8.1.3.	Máxima de relación	291
5.8.1.4.	Máxima de manera	291
5.8.2.	<i>Los contenidos implícitos</i>	292
5.8.2.1.	Implicaturas no convencionales ..	292
5.8.2.2.	Implicaturas convencionales	293
5.9.	La argumentación retórica	311
5.9.1.	<i>Los metaplasmos o figuras fonéticas</i>	312
5.9.1.1.	Acróstico	313
5.9.1.2.	Aliteración	313
5.9.1.3.	Calambur	314
5.9.1.4.	Rima interna	315
5.9.2.	<i>Los metamorfemas o figuras morfológicas</i>	315
5.9.2.1.	Hipálage o Enálage	315
5.9.2.2.	Polípote	316
5.9.3.	<i>Las metataxis o figuras sintácticas</i>	316
5.9.3.1.	Acumulación	316
5.9.3.2.	Anáfora	318
5.9.3.3.	Elipsis	319
5.9.3.4.	Enumeración	320
5.9.3.5.	Epífora	320
5.9.3.6.	Geminación	322
5.9.3.7.	Hipérbaton	322
5.9.3.8.	Paráfrasis	323
5.9.3.9.	Quiasmo	326
5.9.3.10.	Redundancia	326
5.9.4.	<i>Los metasememas o figuras semánticas</i>	327
5.9.4.1.	Alegoría	327

5.9.4.2.	Animalización	328
5.9.4.3.	Antonomasia	328
5.9.4.4.	Metáfora	330
5.9.4.5.	Metonimia	347
5.9.4.6.	Personificación	348
5.9.4.7.	Polisemia	349
5.9.4.8.	Sinestesia	350
5.9.5.	<i>Los metalogismos o figuras lógicas</i>	354
5.9.5.1.	Hipérbole	354
5.9.5.2.	Ironía	355
5.9.5.3.	Lítotes	355
5.9.5.4.	Paradoja.....	356
5.9.5.5.	Tautología	357
5.9.6.	<i>Las figuras patéticas</i>	358
5.9.6.1.	Exclamación	358
5.9.6.2.	Interrogación retórica	358
6.	CIERRE	361
	BIBLIOGRAFÍA	365