

Sabina Deditius

*Universidad de Silesia
Katowice*

La metáfora como mecanismo de persuasión en el discurso coloquial de los *Raperos*

Abstract

This paper is a part of a more general study in which we present the linguistic mechanisms of persuasion in rap discourse. Within hip hop, MC Battles are one of the most visible and potentially humiliating venues for demonstrating one's verbal skill. Each rapper's goal is to insult their opponent with spontaneous rhymes within sixty seconds. Winners are judged by the response of the audience. We are going to observe the functioning of the metaphor in rap discourse as a strategy of the communication and the persuasion. Apart from that we will also try to reflect on the definition of the metaphor from the point of view of pragmatics and cognitive linguistics.

Keywords

Metaphor, persuasion, connotation, valorization, rap discourse.

1. Introducción

El fenómeno de la metáfora ha sido objeto de atención por parte de los filósofos, lingüistas, teóricos de la literatura, antropólogos, psicólogos, etc. desde las posturas teóricas más dispares. En el siguiente trabajo trataremos de observar cómo funciona en el discurso coloquial de los *raperos* una de las principales estrategias de comunicación y de persuasión: la metáfora. Desde Aristóteles suele definirse la metáfora como la utilización de una palabra para designar una realidad distinta a la que convencionalmente representa; es decir, se trata del uso de un signo por otro (M.V. Escandell Vidal, 2005: 194). El análisis de la metáfora en el discurso coloquial de los *raperos* que intentaremos llevar a cabo exige una definición de

metáfora más amplia y más operativa, por lo cual la realización de este propósito constituirá una parte importante del presente trabajo.

El *discurso rapológico* nace durante la llamada **Batalla de Gallos** (*MC Battle*), es un caso peculiar y curioso de la lucha verbal moderna, la competición de rap que se celebra anualmente en España patrocinada por la marca *Red Bull* y enfrenta a *raperos* cara a cara para demostrar quién es el mejor. Estas competiciones están basadas en la capacidad para improvisar y conjugar rimas en un combate verbal uno contra uno entre dos raperos cuyo objetivo es, con el *ingenio*, *creatividad* y *flow* humillar y quedar por encima del rival mediante rimas y lírica. El público juzga con su ruido qué *raperero* ha tenido una mejor actuación durante un minuto, y después el jurado decide finalmente el veredicto. Las *batallas de rap* forman parte de una larga tradición oral y musical en las comunidades afroamericanas en Estados Unidos (C. Cutler, 2007: 9). El *rap* es la vertiente musical de la denominada cultura *hip hop*, una cultura urbana de origen estadounidense que surgió a principios de los años 70 en el barrio neoyorkino, Bronx, en el ámbito suburbano de los guetos estadounidenses ajeno a la cultura institucionalizada por los blancos (L. Camargo, 2007: 50). En cuanto al significado de la palabra *rap* que viene del inglés, principalmente quiere decir: golpear suavemente y por extensión, proferir palabras de golpe (coloquialmente, *to rap* significaría charlar o parlotear). Después del *hip hop* adquirió el nuevo significado de *hablar rítmicamente con acompañamiento musical* (A. Toner, 1998: 9). Según otras fuentes el *RAP* es un acortamiento del término “Radical Anarchist Poetry” que se refería a las recitaciones en las calles de Nueva York con acompañamiento de tambores. El objetivo de estos eventos fue el de comentar acontecimientos actuales (R. Pawlak, 2004: 19)¹.

Para el estudio de un fenómeno de la metáfora como instrumento de persuasión muy presente la batalla verbal entre los raperos, hemos seleccionado algunos ejemplos del corpus, especialmente productivos en el empleo de la metáfora, y los hemos analizado desde un punto de vista pragmático-cognitivo. El corpus es oral: son *batallas* entre los *raperos* que tuvieron lugar entre 2007—2009, transcritas a base de vídeos en la página web del organizador de dichos eventos la marca *Red Bull*.

La visión pragmático-cognitiva permite entender la naturaleza expresiva de la metáfora que es fundamental a la hora de reflexionar sobre su valor persuasivo, y además como advierte W. Beinhauer (1991 [1929]), la expresión afectiva es uno de los rasgos que definen el español coloquial. Entre los investigadores que se han dedicado al estudio de la metáfora desde la perspectiva pragmática destacan: M^aV. Escandell Vidall (2005) que presenta un resumen sobre la presencia de

¹ Para más información sobre el rap, consúltense también: L. Keyes Chery (2004), W. Labov (1972), G. Price Emmett (2006), F. Reyes Sánchez y A.M. Vigara Tauste (2002), T. Rose (2008).

la metáfora en la semántica y la pragmática, sobre todo desde el punto de vista de la teoría de la relevancia; A. Briz (1998, 2004) que trata de ver los efectos de la metáfora en el español coloquial; J. Sanmartín Sáez (2004) que estudia la presencia de la metáfora en la conversación cotidiana y también la intensificación de las metáforas cotidianas; J. Portolés (2004) que trata de un tipo de metáforas con “los atributos metafóricos con *un* enfático”. En el presente trabajo vamos a incluir los estudios de raíz cognitiva de G. Lakoff y M. Johnson (2001) punto de referencia obligatorio respecto a la metáfora.

2. Propuesta provisional de definición de metáfora

El estudio de la metáfora se remonta a la Antigüedad, a la preocupación de la retórica por los problemas lógicos y cambios de sentido de las palabras que destacaba ya Aristóteles tanto en su *Poética* como en su *Retórica* (C. Llamas Saíz, 2005: 19). La retórica definía la metáfora atendiendo los rasgos de anomalía, desvío, intercambio de semas (Platón, Aristóteles). En cuanto a la definición de la metáfora, las concepciones tradicionales han sido criticadas desde los enfoques neoretóricos o pragmáticos que han subrayado aspectos funcionales de la metáfora que se nutre de muchos de ellos porque resultan operativos en el discurso coloquial. Por todo lo anteriormente expuesto, nosotros vamos a adaptar la propuesta de definición de la metáfora de María José Fernández Colomer (2003) que según la autora sirve para orientar la investigación de la metáfora en el español coloquial.

La metáfora es un procedimiento pragmático-cognitivo que sirve para los fines siguientes:

1. Como **refuerzo argumentativo**, permite consolidar la posición de los hablantes. La metáfora actúa como estrategia argumentativa del hablante con el objeto de obtener fines comunicativos concretos como: la justificación, la oposición o la obtención del acuerdo (J. Sanmartín, 2004). La autora considera la argumentación como una actividad verbal que sirve para justificar o refutar una opinión. A parte de esto, la argumentación es el soporte general del diálogo (A. Briz, 1998: 177—178). En la conversación coloquial se argumenta, ya que siempre existe uno o varios interlocutores a los que se intenta orientar y con quienes se ha de *negociar el acuerdo*. En el caso del *discurso rapológico* no se puede hablar sobre una conversación típica, aunque, tanto el elemento de refutación de críticas del opositor como el objetivo de influir en la opinión del público y de los jueces, son esenciales en la *batalla*.
2. Como **instrumento de creación léxica**, permite ampliar el léxico de la lengua. En el argot y el registro coloquial, se recurre a tomar palabras ya existentes y dotarlas de nuevos sentidos para formar neologismos. Hay casos cuando el

hablante otorga un nuevo nombre a un objeto que ya poseía denominación, el término queda entonces impregnado de valores connotativos. Un caso de relexificación sería, por ejemplo, la palabra *enchufe* para referirse al cargo que se obtiene sin méritos, por amistad. Las palabras con un significado figurado aportan un plus de significación al mensaje transmitido frente al enunciado literal (J. Sanmartín Saez, 2004). El hablante pretende ser más directo y gráfico en su forma de expresarse y por ello recurre a la metáfora.

3. Como **procedimiento creador de eufemismos y disfemismos**. El eufemismo entendemos como un elemento atenuador de ciertos ámbitos de realidad que por alguna razón se consideran tabúes (la muerte, nombres secretos o sagrados, el sexo). Usando las metáforas eufemísticas el hablante trata de ser políticamente correcto o salvaguardar su imagen ante el interlocutor. Sin embargo, el disfemismo es mucho más frecuente en el lenguaje coloquial y actúa como procedimiento de degradación y ridiculización de la realidad, y en nuestro caso del opositor. Según M. Albelda Marco (2005) el disfemismo sirve para intensificar lo dicho e indirectamente el decir. Cabe indicar que el disfemismo puede usarse humorísticamente. Un ejemplo de disfemismo es *estirar la pata* por morir (el eufemismo equivalente sería *pasar a mejor vida*).
4. Como **mecanismo de intensificación**. Como advierte M. Albelda Marco (2005), la intensificación favorece la creación de significados figurados y con mucha frecuencia el empleo de lo hiperbólico. C. Portero Muñoz (1997: 126) citada por M.J. Fernández Colomer (2003: 361) consta que la intensificación aplicada a determinados lexemas crea un nuevo significado: “[...] el proceso de metaforización tiene un gran protagonismo en la intensificación del léxico, lo que significa que la intensificación que se consigue por medio del uso metafórico irá frecuentemente unida a una mayor carga evaluativa del lexema [...]”.

Dadas las finalidades comunicativas tanto de la intensificación como de la metáfora la autora observa que se pueden equiparar ambos fenómenos que son modos de proporcionar a los usuarios del lenguaje herramientas de mayor expresividad. También para A. M^a Vigara Tauste (1980) la intensificación forma parte de los elementos expresivos de la lengua, aquellos que son elegidos por la subjetividad del hablante de manera intencionada.

5. Como **mecanismo para entender conceptos abstractos en virtud de otros más concretos**. La metáfora es un fenómeno que acontece no sólo en la actividad lingüística sino que atañe también a la forma en que los seres humanos concebimos la realidad (G. Lakoff y M. Johnson, 2001: 42). Según los autores cognitivistas los principios que rigen la producción e interpretación de las metáforas dependen principalmente de la estructura de nuestro sistema conceptual. La metáfora es un procedimiento que permite conceptualizar unos dominios de la experiencia, generalmente abstractos a través de otros más básicos, concretos y familiares. El análisis de la estructura conceptual de las metáforas plantea la presencia de un *dominio origen* y un *dominio destino* sobre el cual se superpo-

nen los conceptos proyectados. Una metáfora conceptual² se describe a través de las correspondencias *ontológicas* o *epistémicas* que se establecen entre ambos dominios. Las correspondencias ontológicas hacen referencia a las propiedades objetivas de la entidad comparada, mientras que las epistémicas son correspondencias entre el conocimiento que poseemos acerca de esos mismos dominios (M.J. Cuenca y J. Hilferty, 1999: 102). En el presente artículo vamos a llevar a cabo el análisis centrándonos en la metáfora como refuerzo argumentativo y mecanismo de intensificación, y también recurriendo a las aportaciones de la visión conceptual de G. Lakoff y M. Johnson (2001).

3. Metáfora y persuasión

Según C. Fuentes Rodríguez y E. Alcaide Lara (2002: 17—18) la argumentación es uno de los medios para manipular a través del lenguaje. Además la persuasión es una acción, una realidad a la que puede llegarse no sólo con actos lingüísticos. Las autoras comparten la opinión de que cualquier acto argumentativo conlleva un deseo de convencer y persuadir al receptor. Teresa Dobrzyńska (1994) en su estudio sobre la metáfora en los textos periodísticos enumeró las características de la metáfora que la hacen “atractiva” para los autores de textos persuasivos (Dobrzyńska, 1994: 135—149). Como veremos más adelante, las mismas características de la metáfora influirán en su uso en el *discurso rapológico*:

Fácil accesibilidad cognitiva. Las metáforas apelan a los conceptos familiares para un receptor medio, a conceptos bien consolidados en la conciencia común de una sociedad. Gracias a su convencionalidad el receptor puede identificar las connotaciones transmitidas por una metáfora sin mayor esfuerzo.

Economía de cognición. La metáfora impone a un objeto nuevo los conceptos y experiencias comunes, con las que el receptor ya está familiarizado.

Subjetividad de la cognición a través del mensaje metafórico. El mensaje metafórico en un texto persuasivo permite imponer de forma sutil el punto de vista del emisor, ya que atenúa unos aspectos del asunto y oculta otros.

² Las metáforas conceptuales pueden clasificarse en tres grupos: **metáforas estructurales**, en las que un concepto es estructurado metafóricamente en función de otro (EL TIEMPO ES DINERO); **metáforas orientacionales** proporcionan a un concepto una orientación espacial sobre la base de nuestra experiencia física y cultural (FELIZ ES ARRIBA, TRISTE ES ABAJO); **metáforas ontológicas**, permiten entender nuestras experiencias en términos de objetos físicos y de las sustancias, por lo cual podemos considerar acontecimientos, actividades, ideas, emociones etc., como entidades, sustancias, recipientes (LA MENTE ES UNA MÁQUINA). Un caso especial de la metáfora ontológica es la **personificación** que ayuda a aproximar una cosa enfatizando varios aspectos humanos y varios modos de entenerlos (G. Lakoff y M. Johnson, 2001).

Transmisión de los juicios de valor. A través de la metáfora proyectamos al sujeto de la metáfora no sólo cualidades de su objeto-portador, sino también los juicios de valor y emociones adscritos a él.

Dificultad de negar los juicios de valor transmitidos implícitamente. Las metáforas en muchas ocasiones, transmiten los juicios de valor a través de las connotaciones lo que las hace una herramienta aún más útil para la persuasión. Los juicios de valor consolidados en las connotaciones son prácticamente imposibles de negar ya que, en estos casos, el elemento evaluativo está fuera de la aserción. La negación directa de la metáfora no resuelve nada, el siguiente ejemplo explica la situación: cuando decimos *Juan es un cerdo*, el mecanismo metafórico se basa en atribuir a la persona propiedades o valores propios del cerdo: falta de modales e higiene. Si alguien no comparte la misma opinión sobre Juan y dice: *Juan no es un cerdo*, no conseguirá el efecto de negar la animalidad de Juan.

4. Análisis

La parte analítica queremos empezar con las palabras de O. Jespersen (1964: 150), un eminente lingüista y filósofo danés que habla de argot de la siguiente manera:

“Slang is a result of Man’s love for games. It is an entertaining creation of something new, when we feel that a certain word or phrase because of overuse has lost its emotive trait and become banal. Then we look for a new expression as a means of change. Slang is a linguistic prank — it is a sport and like all sports it belongs to youth”.

Los ejemplos de las metáforas del *discurso rapológico* que presentaremos a continuación reflejan en su plenitud la veracidad de esta cita. Para el estudio hemos seleccionado cuatro metáforas que son: HACER RAP ES DAR UNA GUERRA, HACER RAP ES HACER DEPORTE, EL RAPER ES UN ANIMAL, EL RIVAL ES UNA COSA FRÁGIL.

HACER RAP ES DAR UNA GUERRA³

- (1) *mi boca es mi pistola*, po po po (Giorgio)
- (2) comienzo *el desarme* (Skone)
- (3) lo que *lanzo* es muy profundo (Bodh)
- (4) a este perro me lo jodo en un *combate* (El Shintoma)
- (5) aumenta *superataque* (El Shintoma)

³ Véanse también el comentario sobre las metáforas conceptuales: UNA DISCUSIÓN ES UNA GUERRA y EL AMOR ES GUERRA (G. Lakoff y M. Johnson, 2001: 40—41, 88).

- (6) tío, sientes la *derrota* (El Shintoma)
- (7) soy tu *verdugo* (El Shintoma)
- (8) El Invert le coge y le escarba, *codillazo, rodillazo* y le toco la barba (Invert)
- (9) *chupo metralletas* (Invert)
- (10) *le lanzo bazocazo* (Invert)
- (11) quitáos de aquí que voy a *derramar su sangre* (El Kapo)

En caso de las proyecciones metafóricas basadas en el concepto de *guerra*, la valoración negativa se basa en la información que comprende el dominio origen. El mismo nombre del evento la *Batalla de Gallos* es metafórico, connota la lucha entre varones que se consideran superiores a los demás o que presumen de ser valientes. La ilustración de la batalla rap con términos bélicos abre camino a soluciones radicales, es decir la victoria de una parte y la derrota total de la otra parte. La lucha verbal se convierte en un *combate*, donde cada parte puede sufrir *derrota* después del *superataque* del rival (intensificado por el sufijo ‘super’). De entre estos ejemplos, las connotaciones con mayor fuerza argumentativa están invocadas por las metáforas (7) y (11) que evocan la imagen de una batalla sangrienta y cruel: *verdugo*, persona que ejecuta las penas de muerte u otros castigos corporales; el verbo *derramar* referido a un líquido, significa, hacer que salga o caiga de donde está y se esparza. Las metáforas (1), (9), (10) hacen referencia al tipo de armamento: *bazoca, pistola, metralletas* con el que luchan los raperos. Como en la batalla verdadera los enemigos se dan golpes con las partes del cuerpo, el codo y la rodilla (8).

HACER RAP ES HACER DEPORTE

- (12) *Te hago jaque mate* (Skone)
- (13) no hay *empate* gilipollas (Skone)
- (14) traigo *disciplina* (Movlihawk)
- (15) Menudo maricón, tú a *segunda división* (Invert)
- (16) Este *no juega ni en la tercera regional* (Invert)
- (17) *me mete un gol*, pero yo *se lo anulo* (Invert)
- (18) soy el que *imparte disciplina* (El Shintoma)

La elección de vocabulario del ámbito deportivo no es casual, porque la red conceptual del combate caracteriza algunos aspectos de una disciplina deportiva y coincide con ésta; el léxico viene a ser la manifestación de este cruce de conceptos metafóricos. Vemos que la metáfora “hacer rap es hacer deporte” funciona como tal, porque los contrincantes saben perfectamente que participan en una actividad como el juego o el deporte en el que hay ciertas reglas que deben respetarse, comparte cierto número de características estructurales con ello. Pero al convertirse el *rap* en deporte utilizamos solamente algunos elementos y la estructura es parcial. En los casos (12) y (13) se hace referencia a la última etapa de un juego deportivo: *jaque mate*, el final de la partida en el juego de ajedrez; y en el segundo

caso *empate*, resultado de un partido cuando dos contrincantes reciben el mismo número de puntos. En los ejemplos (15) y (16) *segunda división, tercera regional* nombran a grupos en que compiten los equipos o los deportistas, según su categoría designada a base de habilidades y nivel. Añadiendo los adjetivos *segunda, tercera* se clasifica a los contrincantes en al posición inferior en la jerarquía. En el ejemplo (17) el rival que *mete un gol* consigue un triunfo sobre alguien, pero el *gol* puede ser *anulado* si se ha infringido alguna regla. Cada deportista está sujeto a ciertas reglas de comportamiento propias de la disciplina. En caso de las metáforas (14) traigo *disciplina* y (18) soy el que *imparte disciplina*, tenemos que ver con el uso del sustantivo en dos acepciones: (14) una persona que instruye y enseña a los demás las reglas del juego y (18) el *ganador* de la disciplina.

EL RAPERERO ES UN ANIMAL

- (19) ¿Es el *Movlihawk*? *es el buitre* (Criterionh)
- (20) siempre *saco la garra* (Movlihawk)
- (21) el *canario*, que se vaya pa' *su jaula* (Movlihawk)
- (22) sabes que yo soy el puto *gallo* y tú el *polluelo* (Tito Soul)
- (23) soy un *cabrón*, tú *canario*, yo *el halcón milenario* (El Kapo)
- (24) este *pavo te hace picadillo* (El Shintoma)
- (25) a mí no hay *gallo que me ladre* (El Shintoma)
- (26) cada vez que fluyo a este *pavo lo desplumo* (El Shintoma)
- (27) tú eres un *gallo* y yo un *águila* (Emblema)
- (28) soy el *cabrón* de la improvisación (El Kapo)
- (29) están las vallas para que no se escape la *zorra* (Criterionh)

Las metáforas animalizadoras son útiles es este tipo de discurso para marcar claramente la división entre “yo” y “tú”. Sirven para la descripción psíquica y física de personas, se refieren al carácter o a la actitud de las mismas. Podríamos distinguir los siguientes casos: las metáforas (19), (22), (23), (27) se basan en la comparación del potencial combativo de los opositores por las rasgos que atribuimos a los animales. (19) *Movlihawk*, el nombre de uno de los raperos, hace referencia al *halcón*, ave rapaz con pico fuerte y curvo, que puede ser utilizada para la caza de cetrería mientras el *buitre* es ave rapaz de gran tamaño pero con cabeza y cuello sin plumas, cola corta lo que le quita el ogullo y la seriedad. Además en el lenguaje coloquial se describe así a una persona egoísta que aprovecha cualquier circunstancia para obtener beneficio. El juego de palabras *gallo* — *polluelo* (diminutivo de *pollo*) (21), *gallo* — *águila* (27); *canario* — *halcón milenario* (23) se basa en comparaciones de un animal que posee un rasgo que lo ridiculiza frente al rival (p.ej. fuerza, tamaño). En el contexto de todo discurso la metáfora *cabrón* (23) y (28) adopta el valor de ‘mala persona’. Esta metáfora presenta cierta peculiaridad, ya que con el transcurso del tiempo el sentido figurado e insultante se ha fosilizado y ha perdido en parte sus vínculos con su sentido literal (‘macho de

la cabra’), ya no se asocia el sentido traslaticio con el animal. “Únicamente tiene presente su carga negativa y la emplea como un dardo ofensivo para intensificar el comportamiento negativo de otros sujetos” (J. Sanmartín Sáez, 2004: 134). Con el tipo de metáforas como en los ejemplos (20), (24), el ser humano se transforma en cierto modo en un animal, se degrada conscientemente: el sentido literal ‘miembro de animal’ aporta sin duda, esta connotación lo cual señala C. Kerbrat-Orecchioni (1983). Conviene añadir que las metáforas *saco las garras* y *hacer picadillo* hacen referencia al momento de ataque y forma de luchar del animal. En el lenguaje coloquial la metáfora *hacer picadillo* a alguien significa, dejarlo en muy malas condiciones físicas o anímicas, dando un paso más, viene una asociación inmediata con el verbo *picar* que refiriéndose a un ave, significa tomar la comida con el pico. Aquí se decuca que el rival sirve de comida. La metáfora (26) con el verbo *desplumar*, significa quitarle las plumas a un ave, vencer al rival, dejarlo combatido, sin orgullo. En el lenguaje coloquial *desplumar* quiere decir: quitar los bienes ajenos mediante engaño, arte o violencia. Por la metáfora (25) a mí no hay *gallo que me ladre* el autor expresa que no tiene miedo de amenazas del rival. Según J. Sanmartín Sáez, (2004, 134) la metáfora de *zorra* (29), lexicalizada, aumenta la promiscuidad, subraya las cualidades negativas de mujer e intensifica una imagen peyorativa (‘persona promiscua y malvada’, ‘prostituta’, ‘astuta’). La metáfora (21) se distingue de las demás, porque no trata de un combate sino de la depreciación del opositor por su proveniencia: las Islas Canarias, como dice en otra parte de su discurso el rapero, un *pueblo de África*. La metáfora funciona en dos niveles, primero *canario* como pájaro originario del archipiélago, pequeño, de aspecto agradable pero débil y también *jaula*, término despectivo de lugar, en el lenguaje coloquial significa cárcel, lugar aislado.

EL RIVAL ES UNA COSA FRÁGIL

- (30) *te derrito* (Bodh)
- (31) *te voy a arder*, como si estuviesen las fallas (Bodh)
- (32) yo *te crujo* (Skone)
- (33) Criterioh *te rompe* (Criterioh)
- (34) *te fundo* en un segundo (Bodh)
- (35) *te fundo en la batalla* (Bodh)
- (36) El Skone *te descuartiza* (Skone)
- (37) Al Jonko si quiero *lo descompongo* (Donall)
- (38) hoy *te revienta* (Tito Soul)

La metáfora estructural “el rival es una cosa frágil” aparece en el *discurso rapológico* con una elevada frecuencia, son expresiones metafóricas *cosificadoras*, dado que transforman al ser humano en un objeto sin vida (J. Sanmartín Sáez, 2004: 136). Así, la metáfora que usa los verbos: *crujir*, *romper*, *descomponer*, *descuartizar*, *arder*, *derretir*, *fundir*, *reventar*, *fulminar*, repercute muy bien gracias

a su fácil accesibilidad cognitiva, los receptores identifican los conceptos sin mayor esfuerzo. Notamos que en las expresiones metafóricas se hace referencia a la destrucción del objeto de modo diferente, lo que quiere decir, que el objeto puede presentar varias características. Veamos los significados de verbos que describen de manera muy sugerente la acción de destruir al rival: *derretir* y *fundir*, convertir en líquido a un cuerpo sólido; *descomponer* referido a un mecanismo o un aparato, estropearlo, hacer que deje de funcionar; *crujir* referido a la madera que hace ruido al partirse o a un objeto al doblarse; *reventar* referido a algo cerrado, abrirse bruscamente por no poder soportar la presión interior o exterior; *arder*, quemar en la hoguera.

5. Conclusiones

Las metáforas constituyen un modo de transmitir el mensaje de manera más efectiva, una estrategia de comunicación utilizada no sólo en el lenguaje diario sino también en los discursos cuyo objetivo es influir en los receptores, captar la atención del público y ganar su benevolencia. J. Sanmartín Sáez (2004: 130—138) destaca que la finalidad comunicativa para emplear las metáforas y sus rasgos habituales (degradación, animalización, aumento de la cantidad y cualidad, humor) es convencer al interlocutor, oponerse u obtener un acuerdo en la conversación coloquial. El *discurso rapológico* se puede considerar como un tipo de juego entre los rivales en el que ambos tienen que demostrar su potencial lingüístico, por ello los raperos introducen metáforas pegadizas en los discursos dirigidos al público y tratan de elaborar metáforas sugerentes. Desde el punto de vista de las batallas verbales, las metáforas son útiles por su capacidad de concretar fenómenos y evocar imágenes y sentimientos poderosos. En este artículo no lo hemos podido mostrar, pero en muchas ocasiones los *raperos* también prefieren metáforas que resuenen con narraciones culturales e imágenes actuales del mundo, y utilizan metáforas que encajen en estos paquetes interpretativos. Nos interesaba también la cuestión del uso de una serie de elementos léxicos evaluativos, valorizadores, desvalorizadores que evocan connotaciones positivas o negativas. En nuestro artículo queríamos señalar que la metáfora es mucho más que una figura retórica, es una herramienta de la conceptualización de los datos experimentados, pero sobre todo funciona como fenómeno pragmático.

Bibliografía

- Albelda Marco M., 2005: *La intensificación en el español coloquial*. [Tesis doctoral]. Universidad de Valencia.
- Beinhauer W., 1991 [1929]: *El español coloquial*. Madrid, Gredos.
- Briz A., 1998: *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmatología*. Barcelona, Ariel.
- Briz A. y GRUPO VAL.ES.CO., 2004: *¿Cómo se comenta un texto coloquial?* Barcelona, Ariel.
- Cuenca M^aJ. y Hilferty J., 1999: *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona, Ariel.
- Dobrzyńska T., 1994: *Mówiąc przenośnie... Studia o metaforze*. Warszawa, Instytut Badań Literackich.
- Escandell Vidal M.V., 2005: *Introducción a la pragmática*. Barcelona, Ariel Lingüística.
- Fernández Colomer M.J., 2003: “La metáfora en español coloquial”. *Interlingüística*, 14, [León], 359—374.
- Fuentes Rodríguez C. y Alcaide Lara E., 2002: *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid, Arco Libros.
- Jespersen O., 1964: *Language: It's Nature, Development and Origin*. London, G. Allen & Unwin, LTD.
- Kerbrat-Orecchioni C., 1983: *La connotación*. Buenos Aires, Hachette.
- Lakoff G. y Johnson M., 2001: *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid, Cátedra.
- Llamas Saíz C., 2005: *Metáfora y creación léxica*. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra.
- Portero Muñoz C., 1997: *Intensificación: estudio de un clasema*. [Tesis doctoral] Universidad de Córdoba.
- Portolés J., 1994: “La metáfora y la lingüística: los atributos metafóricos con un énfático”. En: V. Demonte Barreto, ed.: *Gramática del español*. Anejo de la *Nueva Revista de Filología Hispánica*, 531—556.
- Sanmartín Sáez J., 2004: “Creación léxica I: Neologismos semánticos: las metáforas de cada día”. En: Briz A. y GRUPO VAL.ES.CO.: *¿Cómo se comenta un texto coloquial?* Barcelona, Ariel, 125—142.
- Vigara Tauste A.M^a., 1980: *Aspectos del español hablado*. Madrid, SGEL.

Bibliografía sobre el hip hop y el rap

- Camargo L., 2007: “De la protesta a la cesta: resistencias y mercantilización en la escena del rap”. *Viento Sur, Revista electrónica*, 91, 50—58. En: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2287599> (fecha de consulta: 20.05.2010).
- Cutler C., 2007: “The Co-Construction of Whiteness in an MC Battle”. *Journal of Pragmatics*, 17, n^o 1 [Belgium, University of Antwerp], 9—22.
- Keyes Cheryl L., 2004: *Rap Music and Street Consciousness*. Chicago, University of Illinois Press.

Labov W., 1972: *Language in the Inner City: Studies in the Black Vernacular*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press.

Pawlak R., 2004: *Polska kultura hip-hopowa*. Poznań, Kagra.

Price Emmett G., 2006: *Hip Hop Culture*. Santa Barbara California, ABC-CLIO.

Reyes Sánchez F. y Vígara Tauste A.M^a, 2002: “Graffiti, pintadas y hip hop en España”. En: Rodríguez F., ed.: *Comunicación y cultura juvenil*. Barcelona, Ariel, 169—226.

Rose T., 2008: *The Hip Hop Wars*. New York, Basic Books.

Toner A., 1998: *Hip Hop*. Madrid, Celeste.

Material analítico proviene de

<http://www.redbullbatalladelosgallos.com>