

La cortesía lingüística en las informaciones sobre la Iglesia

The linguistic courtesy in the information on the Church

RESUMEN: en este artículo se analizan los recursos lingüísticos mediante los cuales los periódicos expresan la cortesía en relación con los lectores y con los protagonistas de la información. Se muestra cómo la ambigüedad de los encabezamientos informativos es buscada como forma implícita de opinión, en textos que sólo permiten la transmisión de hechos. Por otro lado, el periodista escoge formas verbales que ofrecen una imagen descortés del agente, anteponiendo la imagen de jerarquía a la de la cortesía. Especial relevancia en la imagen pública de los protagonistas tiene el uso de los sustantivos connotados y los adjetivos valorativos.

ABSTRACT: This article analyzes how the newspapers use the language to express the politeness in relation to the readers and with the protagonists of the information. One is how the ambiguity of the informative headings is looked for as it forms implicit of opinion, in texts that only allow the transmission of facts. On the other hand, the journalist chooses verbal forms that offer a discourteous image of the agent, putting in front the image of hierarchy to the one of the courtesy. Special relevance in the public image of the protagonists has the subjective use of the nouns and adjectives.

Palabras clave: cortesía, Lingüística, Periodismo, Pragmática, información religiosa

Key words: linguistic, journalism, pragmatic, religious information

1. Introducción

Este estudio¹ surge a partir de la conciencia de la importancia que tienen los medios de comunicación como constructores de la imagen pública de

¹ Este estudio forma parte de un proyecto de investigación titulado “La Iglesia en la prensa española. Estudio Lingüístico e ideológico”, financiado por la Universidad Pontificia y Caja Duero (Ref. UPSA: S28COA-05B07), del que soy directora.

instituciones e individuos mediante el lenguaje. En este sentido, hay que tener en cuenta que el periodista no es un intermediario neutral entre la realidad y la narración que de ésta hacen los periódicos, sino que trabaja para un medio de comunicación, y éste, a pesar de estar concebido teóricamente como un servicio público² es, sobre todo, un mediador político y social, con intereses ideológicos y empresariales.

Para verificar este supuesto, en las páginas siguientes se analizará uno de los mecanismos más frecuentes de construcción de la identidad mediática de instituciones e individuos: la expresión periodística de la cortesía. Para ello se han seleccionado las informaciones relativas a la Iglesia publicadas en *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón* y *La Vanguardia* (del 1 de enero al 30 de junio de 2005)³, y de entre éstas se han escogido aquellos títulos (y en algún caso también subtítulos) en los que se manifestaba algún recurso lingüístico con el que se contribuyera a fortalecer la imagen cortés o descortés de sus protagonistas. La cortesía en los textos periodísticos tiene, en este sentido, dos dimensiones: la del propio medio, en relación con los lectores; y la que afecta a la imagen que los diarios trasladan de los protagonistas de la información.

El interés por el estudio de la cortesía lingüística se origina a partir de la percepción de que nuestras relaciones cotidianas se regulan por una serie de principios y de comportamientos, que favorecen las relaciones sociales, que afectan a nuestros intercambios comunicativos. Estas reglas poseen una dimensión cultural importante, puesto que cada sociedad organiza a sus miembros en función de características sociales diversas como la edad, clase social, sexo o posición social. Puesto que el lenguaje es el principal mecanismo de intercambio social, su uso es uno de los recursos fundamentales para favorecer esta cortesía. De aquí que haya sido en este ámbito donde se han centrado las principales aportaciones científicas al estudio de esta teoría.

² Para una mayor profundización en el concepto de la prensa como servicio público, ver el capítulo que el profesor José Luis MARTÍNEZ ALBERTOS dedica a la “teoría de la responsabilidad social” de la prensa, en su obra *La información en una sociedad industrial. Función social de los “mass-media” en un universo democrático*, Tecnos, Madrid, 1981, pp. 151-169.

³ A partir de ahora cada vez que citemos en los ejemplos estos periódicos lo haremos con las iniciales EP, EM, ABC, LR, LV.

2. La cortesía y la ambigüedad lingüística

Uno de los pilares fundamentales de la cortesía es la claridad⁴, regla básica en cualquier intercambio comunicativo y que ya había sido reconocida como tal por Grice al codificarla en una de sus máximas⁵. La claridad, sin embargo, es un concepto difícilmente delimitable, puesto que en gran parte de los actos comunicativos, el hablante transmite parte de su mensaje de forma explícita y parte, de forma implícita. Esto obliga, necesariamente, a la participación del lector, quien reconstruye el sentido final a partir de una serie de convenciones y leyes que regulan socialmente la comunicación entre los individuos. “Gran parte de la información transmitida desde el hablante hasta el oyente en una conversación ordinaria –afirma John Lyons– es implicada más que expresada”⁶. En un texto, lo que se dice corresponde al contenido proposicional del enunciado, y lo que se comunica es aquel contenido que no aparece en el texto de forma manifiesta, sino implícitamente. A este último contenido es a lo que Grice denomina “implicaturas”. Dentro de este tipo de contenido no manifiesto, este autor hace una doble división: las implicaturas convencionales, que son aquellas implicaturas que están vinculadas al contenido de las palabras; y las no convencionales, que se generan a partir del contexto⁷.

Dentro de las implicaturas convencionales, puede encuadrarse una serie de partículas que orientan la argumentación del texto en una dirección determinada. Estos conectores pragmáticos o marcadores del discurso⁸ sirven

⁴ Cfr. LAKOFF, Robin, “La lógica de la cortesía, o acuérdate de dar las gracias”, en JULIO, M^a Teresa, y MUÑOZ, Ricardo, (compiladores), *Textos clásicos de pragmática*, Arco Libros, Madrid, 1998, pp. 259-278.

⁵ Cfr. GRICE, Herbert Paul, “Presuposición e implicatura conversacional”, en JULIO, M^a Teresa, y MUÑOZ, Ricardo, (compiladores), *Textos clásicos....*, Arco Libros, Madrid, 1998, pp. 105-124.

⁶ LYONS, John, *Lenguaje, significado y contexto*, Paidós, Barcelona, 1995, p. 208.

⁷ Cfr. GRICE, Herbert Paul, *op. cit.*, p. 107.

⁸ Los denominamos así, pero bien podríamos llamarlos de otra manera debido a la variedad terminológica con la que distintos autores se han referido a ellos. Así Manuel CASADO afirma que “en realidad, las piezas lingüísticas que tienen como función marcar relaciones que exceden los límites de la sintaxis oracional constituyen un conjunto bastante heterogéneo de elementos. Tal heterogeneidad se pone de manifiesto en las vacilaciones que se observan al establecer el estatuto de estas unidades. La diversidad de términos con que se las designa es suficientemente revelador: marcadores textuales o de discurso, operadores discursivos, ordenadores del discurso, operadores pragmáticos, conectores discursivos, enlaces extraordinarios, etc.”, en *Introducción a la gramática del texto del español*, Arco Libros, Madrid, 1993, p. 30.

“como instructores de la actividad argumentativa de los interlocutores y/o como trazos o señales de la actividad formulativa”⁹. Tienen, por tanto, un papel fundamental en la comunicación, puesto que

son la evidencia de un fenómeno fundamental para la explicación del funcionamiento de la comunicación humana: la forma lingüística no sólo determina qué se descodifica al escuchar un discurso [...] sino también, en buena medida, qué se comprende con posterioridad¹⁰.

Dentro de éstas, “y” funciona como una partícula de adición cuando expresa relaciones adverbiales¹¹. Además de las relaciones de coordinación, esta partícula puede expresar otro tipo de conexiones, como bien afirma Teun A. Van Dijk: “Uno de los problemas de la semántica de los conectivos naturales es su posible ambigüedad: el mismo conectivo puede expresar diferentes clases de conexión, y una clase de conexión puede ser expresada por varios conectivos. Es típico a este respecto el conectivo conjuntivo y”¹². Con

⁹ BRIZ, Antonio, e HIDALGO, Antonio, “Conectores pragmáticos y estructura de la conversación”, en MARTÍN ZORRAQUINO, M^a Antonia, y MONTOLÍO DURÁN, Estrella (coords.), *Los marcadores del discurso. Teoría y análisis*, Arco Libros, Madrid, 1988, pp. 123-124. Por su parte, Anne REBOUL, y Jacques MOESCHLER consideran que “les connecteurs ont certes pour instruction de connecter de représentations à formes propositionnelles et c’est une part de leur signification procédurale. Mais celles-ci ne correspondent pas nécessairement à des segments linguistiques ou à des unités discursives. Les instructions du connecteur ont justement pour fonction de reconstruire les représentations à forme propositionnelle nécessaires à l’interprétation des énoncés. La conséquence de cette hypothèse est dès lors que les connecteurs, loin de structurer le discours, ont une fonction essentiellement interprétative: s’ils ont une fonction dans le discours, c’est de guider l’interlocuteur dans son parcours interprétatif. En d’autres termes, le choix du connecteur doit être tel qu’il doit jouer un rôle dans la minimisation des efforts cognitifs, et non l’inverse”, en *Pragmatique du discours. De l’interprétation de l’énoncé à l’interprétation du discours*, Armand Colin, Paris, 1998, p. 96.

¹⁰ PORTOLÉS, José, *Marcadores del discurso*, Ariel, Barcelona, 1998, pp. 10-11. Este autor añade que “el concepto de marcador del discurso no es un concepto de fundamento gramatical, sino semántico-pragmático. Se basa en el tipo de significado de ciertas unidades lingüísticas. Este significado es un significado de procesamiento, no un significado conceptual, aunque, de hecho, muchas unidades lingüísticas, tal vez, todas, con significado conceptual poseen algo de significado de procesamiento y buena parte de las unidades con significado de procesamiento conservan restos de su significado conceptual originario”. *Ibid.*, pp. 73-74.

¹¹ Así lo considera Manuel CASADO, quien incluye esta partícula dentro de las de adición sólo cuando tiene valor adverbial. “Lingüística del texto y marcadores del discurso”, en ZORRAQUINO, M^a Antonia y MONTOLÍO, DURÁN, Estrella, pp. 55-70. También en CASADO, Manuel, *Introducción a la gramática...*, pp. 36-38.

¹² VAN DIJK, Teun A., *Texto y contexto. (Semántica y pragmática del discurso)*, Cátedra, Madrid, 1995, p. 101.

frecuencia, en los textos periodísticos este conectivo expresa relaciones de causa-consecuencia entre dos acontecimientos, como ocurre en los dos primeros textos que se muestran a continuación, en los que se relacionan arbitrariamente dos sucesos que no tienen relación entre sí, como si uno fuera la causa del otro. Sin embargo, en otras ocasiones, como ocurre en el tercer ejemplo, la relación que se establece con este nexo es temporal, ya que muestra la sucesión de dos actos tal y como fueron realizados en el tiempo¹³.

–La Iglesia, sin jóvenes y sin preservativos (EP, 23-I-2005)

–Los obispos españoles reafirman su rechazo al condón y encajan la huida de las nuevas generaciones (EP, 23-I-2005) (subtítulo)

–El Papa habló en público y regresó al Vaticano con la cánula en la garganta (ABC, 14-III-2005)

Esta ambigüedad pragmática que se establece con este conectivo cuestiona, además del principio griceano de la claridad, la primera regla de la cortesía de R. Lakoff, la claridad. La ambigüedad que aparece en los textos anteriores es buscada como forma implícita de opinión por el periódico, en un tipo de textos, las noticias, que sólo permiten –al menos teóricamente– la trasmisión de hechos. Esta violación de la claridad como modo de “descortesía” por parte del periódico es fruto de una opción consciente por la expresividad y densidad “comunicativa” frente a la claridad informativa.

Del mismo modo, cuestionan también la cortesía algunas violaciones de las máximas de Grice¹⁴ por parte del periodista, cuando éste no tiene motivos para suspender el principio de cooperación. Entre éstas, hay un tipo de

¹³ GARRIDO MEDINA, Joaquín, *Lógica y lingüística*, Síntesis, Madrid, 1998, p. 156. Salvador GUTIÉRREZ ORDÓÑEZ afirma, en este sentido, que “cuando los elementos que se coordinan implican de algún modo un proceso secuencial la permutación del orden deja de ser posible”, en *Presentación de la Pragmática. Lección inaugural del curso académico 1996-1997*, Universidad de León, León, 1996, p. 44.

¹⁴ Estas máximas de GRICE son las siguientes: Máxima de cantidad: 1. Haz que tu contribución aporte la información requerida por los objetivos del intercambio en curso. 2. Haz que tu contribución no sea más informativa de lo necesario. Máxima de cualidad: Intenta contribuir con información verídica, y en particular: 1. No digas aquello que consideres falso. 2. No digas nada que no sea susceptible de comprobación. Máxima de relación: Sé pertinente. Máxima de manera: 1. Evita expresiones ambiguas. 2. Evita expresiones oscuras. 3. Sé breve (evita divagaciones innecesarias). 4. Procede ordenadamente. “Presuposición e implicatura conversacional”, en JULIO, M^a Teresa ,y MUÑOZ, Ricardo, (compiladores), *Textos clásicos...*, *op. cit.*, pp. 105-124.

encabezamientos que emplean el adverbio “ahora” de forma innecesaria, puesto que si algo caracteriza a las informaciones de actualidad es su obligada referencia al presente. En estos textos en que aparece empleado este adverbio, la intención del redactor no es su ubicación temporal, sino que hay que inferir una segunda intención que transparenta la postura personal del periódico. A la violación de la máxima de cantidad se une, entonces, la violación de la máxima de relación, puesto que se aporta información innecesaria, y la de manera, por la ambigüedad semántica que conlleva. Según Sperber y Wilson¹⁵, responsables de la “Teoría de la relevancia”, para que una comunicación sea eficaz, el receptor del mensaje tiene que darse cuenta de que hay un estímulo intencional que se dirige a él, e interpretar el propósito con el que este estímulo se lleva a cabo. En los ejemplos expuestos a continuación, el adverbio “ahora” significa en contraposición con un “antes” que se da por supuesto:

- Educación admite ahora “serias dificultades” para alcanzar un acuerdo con el Episcopado (ABC, 22-I-2005) (subtítulo)
- El portavoz de los obispos dice ahora que el uso del condón contra el sida es “inmoral” (EP, 20-I-2005) (subtítulo)

Otro caso de violación de la máxima de cualidad para Grice es el uso de metáforas. A nuestro parecer, en ellas se quebrantan también la máxima de cantidad, la de relación y la de manera. Por otra parte, estas violaciones no se limitan sólo a la metáfora, sino que, de la misma manera, también se producen en otras figuras. Entre ellas, la elipsis, que implica la eliminación de algunos elementos de una frase. Esta figura es usada, con mucha frecuencia, en los encabezamientos para ahorrar espacio, condensar la significación y hacer participar al lector en el texto, “con lo que se dota de energía, concentración y poder sugestivo. Se sobreentiende el elemento elidido”¹⁶. Según Bice Mortara Garavelli,

¹⁵ SPERBER, Dan, y WILSON, Deirdre, *La relevancia*, Visor, Madrid, 1986.

¹⁶ DÍEZ BORQUE, José María, *Comentario de textos literarios*, Playor, Madrid, 1984, p. 97. Kurt SPANG estima que “la omisión se efectúa en la mayoría de los casos sobre los elementos de menos peso semántico, permaneciendo en el texto sólo los imprescindibles para la transmisión de la información”, en *Fundamentos de retórica literaria y publicitaria*, Eunsa, Pamplona, 1991, p. 198. Manuel CASADO, por su parte, considera que “las supresiones de elementos en este tipo de elipsis afectan sobre todo a los determinantes, morfemas verbales, preposiciones, conjunciones. Es frecuente en la elipsis telegráfica el carecer de contexto

desde el punto de vista estilístico, que es el que asumen los retóricos cuando tratan la elipsis como una figura de dicción, ésta se estudia como un recurso para “adelgazar” el discurso mediante la eliminación de repeticiones, como un medio eficaz de suscitar expectativas y de prolongar la satisfacción ‘proyectando hacia adelante’ la atención del que lee o escucha¹⁷.

En la elipsis se produce, por tanto, una violación de la “máxima de cantidad”, puesto que no se aporta la suficiente información y esta carencia tiene que ser suplida por el lector; y la “máxima de manera”, ya que, en muchos casos, no se evita el empleo de expresiones oscuras, y para poder entender el sentido final del encabezamiento hay que leer el texto que sigue. Lo vemos en el siguiente ejemplo, en el que el lector necesitaría continuar leyendo para disponer de la suficiente información:

–Benedicto XVI (ABC, 20-IV-2005)

Otra de las figuras retóricas en las que se produce ambigüedad informativa es la paráfrasis, definida por H. Lausberg como “reproducción modificada y libre del texto del modelo”¹⁸. Esta es una de las más utilizadas en los textos de opinión, y también se encuentra empleada, aunque no con tanta profusión, en los informativos. Mediante ella el periódico consigue atraer la atención de sus lectores, a pesar de que desde algún libro de estilo no se recomienda su uso, como se lee en el de *El País*: “Un recurso fácil y reprochable es titular con otros textos; es decir, aplicar a un reportaje un texto de película, de obra literaria o de una canción. Esta práctica demuestra escasa imaginación y abundante pereza mental”¹⁹.

Sin embargo, al observar los textos contruidos mediante este recurso, se puede comprobar cómo lo anteriormente afirmado no es necesariamente

lingüístico. Sólo el conocimiento de la situación, de las circunstancias de la enunciación, pueden orientar la interpretación del texto. Se trata de una elipsis dependiente del contexto extralingüístico. Algunos lingüistas han pedido mayor atención hacia este tipo de elipsis. Su empleo es tan frecuente y sistemático que no puede considerarse como una forma anómala de comportamiento verbal. La expresión elíptica representa, muchas veces, lo esperado y lo apropiado. El uso explícito de todas las formas verbales podría resultar redundante y pesado. Parte de la competencia lingüístico-idiomática y textual de un hablante consiste precisamente en saber hacer uso de la elipsis”, en *Introducción a la gramática...*, p. 22.

¹⁷ MORTARA GARAVELLI, Bice, *Manual de retórica*, Cátedra, Madrid, 1991, p. 257.

¹⁸ LAUSBERG, Heinrich, *Manual de Retórica literaria II*, Gredos, Madrid, 1991, p. 408.

¹⁹ EL PAÍS, *Libro de Estilo*, Ediciones El País, Madrid, 1990, p. 45.

cierto, y en numerosas ocasiones, se demuestra un gran ingenio al conseguir acoplar el titular conocido a la nueva situación. Así, Emma Martinell defiende: “Quien ha titulado los artículos recurre con frecuencia a expresiones existentes –ya realizadas en el nivel del habla– para conseguir unos valores semánticos que llamen la atención del lector”²⁰.

Es frecuente la construcción de los textos a partir de una canción popular, o de un grupo musical como ocurre en el siguiente encabezamiento.

–Los últimos de la fila (ABC, 8-IV-2005)

Son habituales también las paráfrasis a partir del título de una película.

–El día después del “milagro” (ABC, 10-IV-2005)

También se puede construir el encabezamiento variando el título de una obra literaria.

–La importancia de llamarse Benedicto (EM, 20-IV-2005)

El periodista puede acudir a la modificación irónica de alguno de los elementos de un refrán conocido, o incluir en el encabezamiento expresiones hechas, basadas en muchos casos en figuras retóricas ya lexicalizadas, o expresiones de otros contextos históricos, o fórmulas que se emplean habitualmente en la lengua coloquial:

–Todos los caminos polacos conducen a Roma (EM, 7-IV-2005)

–Y al séptimo día, toda Polonia se movilizó (EM, 9-IV-2005)

–Y al quinto día el Papa habló... en italiano y en alemán (EM, 2-III-2005)

–El Papa de los deseos perdidos (EM, 4-IV-2005)

–Su último viaje (ABC, 5-IV-2005)

–El último ‘viaje’ de Juan Pablo II ‘el Grande’ (EM, 5-IV-2005)

–De traje y corbata en el corazón de la Iglesia (ABC, 17-IV-2005)

–El Papa baja a la calle (ABC, 25-IV-2005)

²⁰ MARTINELL, Emma, “Un fenómeno lingüístico en los textos de Cambio 16”, en *Anuario de Filología*, nº 4, 1978, p. 318.

Pero lo que es común a todos estos encabezamientos es su ambigüedad informativa que, como hemos dicho, obliga necesariamente al lector a continuar la lectura del resto de la noticia.

Otro de los recursos que cuestionan el principio de la claridad es la metáfora, sin duda alguna, el tropo de superior resultado estético y el más abundante en el lenguaje periodístico, pues como acertadamente afirma Álex Grijelmo: “Los tropos nos dan la verdadera originalidad y creación del autor. El periodista debe acudir a la metáfora cada vez que tenga la sensación de que ha escrito una frase vulgar, para sustituirla por una imagen literaria”²¹.

Para llevar a cabo una ordenación de los textos en los que se emplea este tropo, seguimos la clasificación gramatical recogida por Ricardo Senabre en su estudio sobre la lengua y el estilo de Ortega y Gasset²². Es fácil percibir en muchos de los textos de prensa usos enaltecedores o degradantes de este tropo que reflejan la valoración implícita del periodista²³.

a) Metáfora atributiva: Que sigue la fórmula “A+verbo atributivo+B”, o su variante “B+relativo+predicado nominal”.

Este tipo de construcción metafórica no es empleada en los casos recogidos para este estudio.

b) Metáfora aposicional: “A:B”, o en posición invertida “B:A”.

Este tipo de metáfora enfrenta el término real con el figurado, bien mediante aposición directa de dos sustantivos, o de un sustantivo metafórico y un adjetivo real, bien mediante la elisión de una forma verbal y su sustitución gráfica por una coma.

²¹ GRIJELMO, Álex, *El estilo del periodista*, Taurus, Madrid, 1997, p. 329. Ángel Raimundo FERNÁNDEZ GONZÁLEZ, Salvador HERVÁS y Valerio BÁEZ estiman que “no es necesario insistir en la importancia que la metáfora, los símbolos, las sinestesias, tienen en la función creadora del lenguaje y, sobre todo, en el ámbito de la creación literaria. La metáfora invade el habla de cada día, ya sea como factor capital de motivación, ya como artificio expresivo, o como fuente de sinonimia y de polisemia; incluso para llenar lagunas del vocabulario”, en *Introducción a la semántica*, Cátedra, Madrid, 1989, p. 106. Otros autores han considerado, en este sentido, que “la metáfora no es en absoluto una figura retórica inventariable entre los recursos habituales del lenguaje poético. Se trata más bien de una tendencia o dimensión esencial a todo discurso que pretenda ampliar los horizontes del sentido”, en MEIX IZQUIERDO, Francisco, *La dialéctica del significado lingüístico*, Ediciones Universidad de Salamanca, Salamanca, 1994, p. 145.

²² SENABRE, Ricardo, *Lengua y estilo en Ortega y Gasset*, Ediciones Universidad de Salamanca, Salamanca, 1964, pp. 120-161.

²³ En este sentido, José Antonio MAYORAL considera que “en la doctrina clásica del discurso poético parece impensable un proceso de sustitución metafórica, si éste no está orientado a una finalidad enaltecedora o degradadora del correspondiente referente textual”, en *Figuras retóricas*, Síntesis, Madrid, 1994, p. 233.

- Un constante **río humano** de un kilómetro de largo hace cola día y noche durante horas para decir adiós al difunto Juan Pablo II (EM, 6-IV-2005) (subtítulo)
- Roma, un vaso de agua** a punto de desbordarse (EM, 7-IV-2005)

c) Metáfora de complemento preposicional: “B de A”. En este tipo de metáfora no se produce una identificación entre los dos términos, real y figurado, sino que, a través de ella, se resalta una cualidad o se hace hincapié en un aspecto del concepto real digno de atención.

- La **maquinaria del Vaticano** funciona a ritmo normal en ausencia del Papa (ABC, 4-II-2005)
- Goteo permanente **de visitas** en las 174 delegaciones del Vaticano en el mundo (ABC, 5-IV-2005)
- Roma se prepara para acoger de nuevo a una **marea de peregrinos** durante el Cónclave (ABC, 15-IV-2005)

d) Metáfora pura o de sustitución simple: “B en vez de A”. En esta metáfora que, como se muestra a continuación, es de frecuente uso en los textos informativos, se produce la sustitución del término real por el metafórico. Con mayor frecuencia, la sustitución se hace sobre un sustantivo.

- Campamento** improvisado en la plaza de San Pedro (EP, 4-IV-2005)
- El último ‘**viaje**’ de Juan Pablo II ‘el Grande’ (EM, 5-IV-2005)
- Asalto** al Vaticano por tierra y aire (EM, 7-IV-2005)
- Una nueva **geografía** espiritual (ABC, 8-IV-2005)
- La nueva ‘**Hoja de ruta**’ espiritual para el mundo (ABC, 10-IV-2005)
- Dos **bocanadas** grises y campanadas tardías (EP, 20-IV-2005)

e) Metáfora contenida en el adjetivo: “AB”, o bien “BA” si el adjetivo va antepuesto; también puede adoptar la forma “A de B” cuando B indica la materia. El adjetivo puede aplicar cualidades humanas a un sustantivo referido a cosas.

- El Papa deja una Iglesia **sedienta** de diálogo (EP, 5-IV-2005)

f) Metáfora por comparación: “A es como B”. Este tipo de metáfora tampoco es empleado en los textos estudiados.

La interrogación retórica, por su parte, definida como una “pregunta que no exige respuesta, figura enfática que puede estar dotada de gran tensión

emotiva”²⁴, también es una fuente periodística de ambigüedad. José Antonio Mayoral considera que en los tratados tradicionales la caracterización de esta figura se ha basado en el hecho, de naturaleza pragmática, de que bajo la forma lingüística de una pregunta, lo que el emisor formula es una afirmación de carácter enfático y no la petición de una información, y así también lo entiende el receptor²⁵. Los enunciados interrogativos son, por tanto, un buen ejemplo de la colisión entre claridad y cortesía, ya que cuando tienen una función retórica sirven para enmascarar la imposición y, al ser presentados como estructuras abiertas en lugar de cómo aseveraciones categóricas, “el riesgo de amenaza queda claramente mitigado”²⁶.

En el caso de los textos periodísticos, a pesar de que formalmente adoptan la estructura de interrogación, temáticamente responden a una afirmación, puesto que el periodista ya ha tomado partido por la solución afirmativa. De esta manera, el periodista pretende dar a conocer información al lector. Para conseguir que este último no perciba el texto como una imposición, lo elabora en forma de pregunta, con lo que consigue evitar que se proteja de él. La estrategia interrogativa sirve, en este caso, para enmascarar la opinión del periodista. Es lo que ocurre en el texto siguiente:

—¿Cómo ha permitido Dios esto? (EM, 7-1-2005)

En otras ocasiones la pregunta adopta la función de interrogación problemática, con finalidad argumentativa. En ella el periodista presenta un desconocimiento real de la respuesta que comparte con el receptor. Así, en los siguientes textos, el periodista lleva a cabo un planteamiento orientado hacia el futuro, del que ni él ni el lector pueden tener seguridad. Sin embargo, el periodista mediante la interrogación invita al receptor a continuar con la lectura de la noticia para buscar las claves de la interpelación.

²⁴ DÍEZ BORQUE, José Luis, *Comentario de...*, p. 111.

²⁵ MAYORAL, José Antonio, *Figuras...*, p. 295. En este sentido Heinrich LAUSBERG la define como “expresión de una oración, mentada como enunciación, en forma de pregunta, sin esperar respuesta para ésta, pues la contestación se da por evidente en el sentido de la parte que habla, y ello fundándose en la situación. El presentar en forma impaciente y patética la afirmación bajo el ropaje de una pregunta se debe a que el orador quiere humillar a la parte contraria”, en *Manual de...*, p. 195.

²⁶ ESCANDELL VIDAL, M^a Victoria, *Introducción a la pragmática*, Ariel, Barcelona, 1996, p. 183.

- Un Papa italiano, ¿pero cuál? (EM, 7-IV-2005)
 –¿Qué quiso decir el Papa? (EP, 9-IV-2005)

Es posible estructurar la interrogación mediante una disyunción que obligue al lector a escoger una de las dos posibilidades propuestas. Sanguinetti²⁷ distingue tres tipos de oraciones disyuntivas. Por un lado la “disyunción exclusiva”, que implica que “si un término de la disyunción es verdadero, el o los otros, son falsos”. Esta alternativa nace de la oposición entre contradictorios o entre formas contrarias exhaustivamente, como vemos en el texto siguiente:

- ¿Enfermos reales o imaginarios? Las dolencias, auténticas o inventadas, pueden acabar con la carrera de algunos de los ‘papables’ teóricamente favoritos (EM 14-IV-2005)

Un segundo tipo de disyunción sería la “inclusiva”, en la que “al menos uno de los términos de la disyunción debe ser verdadero, pero también podrían serlo los demás a la vez”. Finalmente, señala un último tipo, que sería la “incompatibilidad”, en la que “los términos contrapuestos no pueden ser verdaderos a la vez”. Se diferencia de la disyunción exclusiva porque “aquí caben otras posibilidades”. Sería el caso del ejemplo que mostramos a continuación:

- La sepultura, ¿en Roma o en Polonia? (EM, 4-IV-2005)

Vemos, por tanto, cómo el principio de la claridad no se respeta siempre en los textos periodísticos, ya que, con frecuencia, la ambigüedad resulta más productiva semánticamente por la carga expresiva que conlleva. Lo mismo ocurre en el caso de la cortesía, que para R. Lakoff²⁸ se manifiesta en tres principios:

a) Formalidad: no se imponga, manténgase a distancia. Se aplica en aquellas ocasiones en las que uno de los interlocutores se encuentra en una situación de superioridad (social, profesional...) respecto al otro. En estos casos uno de los recursos más eficaces es la estrategia lingüística indirecta, en la que el mandato aparece envuelto en un formato lingüístico muy cuidado para evitar la ofensa y la humillación. Este tipo de estrategias lingüísticas

²⁷ Cfr. SANGUINETTI, Juan José, *Lógica*, Eunsa, Navarra, 1994, pp. 120-121.

²⁸ Cfr. LAKOFF, Robin, *op. cit.*, pp. 259-278.

indirectas son tremendamente eficaces comunicativamente. El resultado del coste de pérdida de rapidez es compensado por la ganancia en comodidad e imagen para el interlocutor, y como consecuencia, en eficacia comunicativa en el presente y, sobre todo, en el futuro.

b) Vacilación: deje elegir a su interlocutor, ofrezca opciones. La segunda recomendación de Lakoff tiene su ámbito de actuación en las situaciones en las que falta familiaridad o confianza. En estas ocasiones lo recomendable es ofrecer opciones para evitar el rechazo de la imposición.

Ambos principios de la cortesía aparecen violados en la actuación de algunos de los protagonistas de las noticias. En estas situaciones el periodista a la hora de elegir la fórmula verbal, “exigir”, ha tenido en cuenta una serie de indicadores de actitud entre los que se encuentra el hecho de que el petionario se halla en una posición de autoridad respecto al receptor de la exigencia²⁹. El periodista considera, por tanto, superior la ganancia en imagen por el derecho legítimo a la petición que acompaña al agente, que su pérdida por la descortesía que deriva del acto. Así se manifiesta en los siguientes textos:

- El organismo consultivo exige al Gobierno que rompa los acuerdos con la Santa Sede (EP, 18-II-2005) (subtítulo)
- Los obispos exigen al Gobierno que conceda peso académico a la Religión en la reforma educativa (LR, 24-VI-2005)
- El Plebiscito popular exige un Juan Pablo III al Cónclave que se iniciará el 18 de abril (ABC, 7-IV-2005)

c) Camaradería: actúe como si usted y su compañero fueran iguales; póngalo cómodo y refuerce los lazos de camaradería. Este tercer principio se puede aplicar a los intercambios en los que los interlocutores tienen buena relación, entonces el objetivo es fortalecer dichas relaciones mediante mecanismos que muestren la preocupación y el interés por el otro. Sin embargo, la elección de determinados términos, como ocurre en el título siguiente con “cargar”, por parte del periodista, reflejan su intención no inocente de ofrecer la imagen de un agente poco cortés y poco proclive a la camaradería.

- El vicepresidente de los obispos carga contra la “epidemia de homosexualidad” (EP, 8-I-2005)

²⁹ John SEARLE incluye los verbos “ordenar” y “mandar” dentro de los actos verbales ilocucionarios que implican que H (el petionario) tiene que estar en una posición de autoridad sobre O (a quien se dirige la petición). Esta caracterización es válida también, según nuestra opinión, para “exigir”, en *Actos de habla*, Cátedra, Madrid, 1994, p. 74.

3. Recursos periodísticos de la cortesía

A partir de lo visto hasta ahora, hay que decir que la cortesía tiene como finalidad principal mantener el equilibrio en las relaciones y, en este sentido, es posible distinguir entre cortesía relativa, que depende de la situación de los hablantes en la sociedad, y absoluta, que deriva del propio acto (las órdenes o las amenazas son considerados socialmente descorteses y los ofrecimientos o las felicitaciones, en cambio, corteses). En relación con este último aspecto, G. Leech ha llevado a cabo una clasificación de acciones en función de la cortesía³⁰ que resulta muy interesante desde una perspectiva periodística:

3.1. Sociables

Acciones que apoyan la cortesía; que suponen un beneficio para el destinatario y un coste para el emisor, y con las que se favorecen las relaciones sociales: agradecer, felicitar, saludar, ofrecer, invitar, prometer... Así, por ejemplo, el verbo “ofrecer” puede interpretarse como una forma de petición encubierta, a la vez que como una estrategia indirecta movida por la cortesía. A través de su empleo se pone de manifiesto que quien “ofrece” está convencido de la eficacia y conveniencia de la propuesta presentada, que está en situación de realizar el ofrecimiento, y se señala su voluntad de cooperación. De esta manera, el periodista manifiesta con su uso que el sujeto que realiza la propuesta lo hace de forma desinteresada, pasiva, humilde y cooperativa, no por su propio interés, sino porque considera que la propuesta es beneficiosa para todos. Es el siguiente caso:

–El obispo de San Sebastián ofrece la ayuda de la Iglesia vasca para negociar con ETA (LR, 30-V-2005)

Otra forma verbal que podríamos incluir dentro del bloque de las sociables es el verbo “prometer”. Éste es empleado por el periodista para expresar

³⁰ Cfr. LEECH, Geoffrey, *Principles of Pragmatics*, Longman, Londres, 1983.

el compromiso del agente de las declaraciones³¹. En este caso, como bien declara John Searle: “cuando aseveramos “Él hizo una promesa”, nos comprometemos a nosotros mismos con la proposición de que él asumió una obligación”³². En la misma línea se sitúa Ducrot cuando afirma:

Si preguntamos al “hombre de la calle” qué hizo L cuando dijo “Prometo venir”, es más que probable que nos responderá “L prometió venir”. En otros términos, en general se acepta, para comunicar lo que hizo L, emplear el mismo verbo *prometer* que éste utilizó en su enunciado. [...]. Nada extrañará entonces el hecho, a primera vista insólito, de que el mismo significante *prometer*, producido por L, permita también relatar con exactitud el acto de L³³.

En caso contrario, la subjetividad del periódico sería excesiva y no respondería a un afán informador, sino claramente manipulador, ya que se atribuiría a un sujeto una responsabilidad³⁴ que él no ha asumido, con las consecuencias que en su imagen derivarían de su incumplimiento.³⁵

Sin embargo, no todos los autores están de acuerdo con esta afirmación anterior. Concepción Maldonado considera que “prometer” y “jurar” han ge-

³¹ Jorge LOZANO, Cristina PEÑA-MARÍN y Gonzalo ABRIL incluyen el verbo “prometer” dentro de la categoría de los “compromisorios”, actos que “comprometen al hablante en cierta línea de conducta ulterior”. Dentro de esta misma categorización se encuentran también las formas “jurar”, “apostar”, “pactar”... Cfr. *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*, Cátedra, Madrid, 1993, p. 184.

³² SEARLE, John, *Actos...*, p. 201, donde continúa afirmando que “hablar un lenguaje [...] consiste en realizar actos de habla de acuerdo con reglas y no hay separación de esos actos de habla de los compromisos que forman parte de ellos”.

³³ Cfr. DUCROT, Oswald, *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*, Paidós, Barcelona, 1986, pp. 132-133.

³⁴ John AUSTIN incluye el verbo “prometer” dentro del apartado de los compromisorios, de los que afirma que “lo importante de un compromisorio es comprometer a quien lo usa a cierta línea de acción”, en *Cómo hacer cosas con palabras*, Paidós, Barcelona, 1990, p. 205. Camilo José CELA en un artículo publicado en ABC, cifraba la diferencia entre “prometer” y “jurar” en que el primero “tiene una sutil connotación de futuro mientras que el segundo sirve también para señalar el pretérito. El niño acusado por su madre de haberse comido la mermelada de la merienda de todos, no puede responder “te prometo mamá, que yo no he sido” porque no funciona; sí puede decir, en cambio, “te prometo mamá, que no volveré a hacerlo”. En “Juramentos y promesas”, ABC, 24-I-99.

³⁵ En este sentido, la propia fuerza ilocutiva de expresiones como “jurar”, “prometer”, “recomendar”, “alabar”, “inaugurar”, “clausurar”, etc, es mayor cuando se emplean en primera persona, que cuando se emplean otras personas, como la segunda o la tercera. Cfr. BUSTOS, Eduardo, *Pragmática del español. Negación, cuantificación y modo*, UNED, Madrid, 1986, p. 40.

neralizado su uso en DI para enfatizar o insistir en la certeza de lo dicho (equivalen, en estos casos, a asegurar)”³⁶. Según la tesis de esta autora, el periodista podría utilizar la forma “prometer” como sinónimo de otras formas como “asegurar”; sin embargo, existe entre ellas una serie de diferencias fundamentales que no permiten considerarlas sinónimas. En primer lugar, es evidente que “prometer” posee una mayor fuerza compromisoria que “asegurar”, fuerza que deriva de su propia significación (“obligarse a hacer, decir o dar alguna cosa; asegurar la certeza de lo que se dice; dar muestras una persona o cosa de que será verdad lo que se expresa”). Ambos términos coinciden en algunas acepciones. Sin embargo, “prometer” implica un compromiso personal más allá de las palabras. Un compromiso profundo de acción personal o un compromiso de creencia en la veracidad absoluta de lo que se afirma.

En segundo lugar, “asegurar” puede responder a dos situaciones distintas. Por un lado, es un acto ilocutivo que expresa una creencia, siempre que se utilice en primera persona. En este caso, su uso en tercera sería una transcripción literal de la expresión original. Por otro, el uso de esta forma en tercera persona puede responder al acto descriptivo de un discurso por parte del observador-periodista. Éste puede optar por sustituir la forma “decir” por “asegurar” bien por haberse dejado guiar por una serie de marcadores de actos de habla, como el tono de voz, o la expresión del rostro..., en cuyo caso respondería a una interpretación personal; o bien por haber escogido esta forma voluntariamente para dar más fuerza al discurso del emisor, lo que supondría una subjetividad aún mayor que en la situación anterior. Sin embargo, la opción de la forma “prometer” en tercera persona describe su uso en primera, ya que es una forma realizativa en la que “decir algo es, en sentido normal y pleno, hacer algo”³⁷. Por ello, es de suponer que cuando *El País* selecciona un titular como el que se muestra a continuación, está reflejando la promesa de Ricardo Blázquez y no está traduciendo como tal una simple afirmación de él. El diario, en este caso, está favoreciendo la imagen del agente, a la vez que haciendo hincapié en el compromiso que ha adquirido, quizá para poder pedirle cuentas si no cumpliera su promesa.

—Ricardo Blázquez promete decir “la verdad amablemente” (EP, 15-III-2005)

³⁶ MALDONADO, Concepción, *Discurso directo y discurso indirecto*, Taurus, Madrid, 1991, p. 46.

³⁷ AUSTIN, John, *Cómo hacer...*, p. 139.

Otro verbo compromisorio es la forma “garantizar”. Con su uso en primera persona, el agente asume una situación en la que está comprometida su palabra. En este caso el papel del periodista se limita a trasladar sus palabras. Pero también puede haber sido el periodista el responsable de la elección de dicha forma verbal, puesto que con su empleo compromete al protagonista al atribuirle la certeza y la seguridad en el cumplimiento del objeto verbal. También en este caso se impone significativamente la idea del compromiso adquirido, frente a la imagen cortés que ofrece el agente. La intención del periódico en un texto como el siguiente no es, por tanto, mostrar a Zapatero de manera cortés, sino expresar que éste se ha comprometido a algo.

–Zapatero garantizará a Blázquez el “respeto” a los Acuerdos Iglesia-Estado (ABC, 5-IV-2005)

3.2. Indiferentes

Se trata de acciones indiferentes a la cortesía: en las que ni hay coste ni beneficio: decir, informar, anunciar...(aunque dejan de ser indiferentes cuando se informa de algo negativo o positivo). En este caso, la cortesía o descortesía se encuentra en el contenido de las declaraciones. Por ello no extraña que *El País* publique un subtítulo como el que se muestra a continuación, noticia que, por el contrario, *La Vanguardia* difundía el mismo día, también en el subtítulo, como una “sugerencia”. Las estrategias que reflejan estas dos formas verbales son diferentes. En el caso de “pedir” la actitud sería directa; en el de “sugerir”, indirecta, y por tanto, se favorecería con ella la cortesía.

–Kirchner pide al Vaticano el cese de un obispo por atacar a un ministro
“Merece que le cuelguen una piedra y le tiren al mar”, dijo el prelado
(EP, 25-II-2005) (subtítulo)

–Argentina pide al Papa que destituya al obispo castrense
El prelado sugirió que el ministro de Salud merecía ser tirado al mar (LV,
25-II-2005) (subtítulo)

3.3. Competitivas

Son acciones que entran en conflicto con la cortesía y que implican coste para el destinatario: preguntar, pedir, ordenar, exigir... En el caso del verbo “pedir” su uso supone, en primer lugar, que el emisor de la petición está

en situación de realizarla, y en segundo, que lo que pide lo considera bueno o conveniente. John Searle considera este acto ilocucionario definiéndolo con las siguientes características:

Contenido preposicional: Acto futuro de A de O. Preparatoria: 1. O es capaz de hacer A. 2. No es obvio ni para H ni para O que H va a hacer A de manera espontánea en el curso normal de los acontecimientos. Sinceridad: H desea que O haga A. Comentario: Ordenar y mandar tienen la regla preparatoria adicional de que H debe estar en una posición de autoridad sobre O. Mandar no tiene probablemente la condición “pragmática” que exige no-obviedad. Además, la relación de autoridad infecta en ambos casos la condición esencial, puesto que la emisión cuenta como un intento de hacer que O haga A en virtud de la autoridad de H sobre O³⁸.

En el caso de este verbo, su empleo en los textos periodísticos responde más a una actitud descriptiva del periodista, que a una voluntad de reflejar un comportamiento descortés, como vemos a continuación:

- El Consejo Escolar de Estado pide la derogación de los acuerdos con el Vaticano (LV, 18-II-2005)
- El Consejo Escolar pide sacar la religión del horario educativo y que no se evalúe (EP, 18-II-2005)
- Antonio Cañizares pide “hechos y nada más que hechos” al Gobierno en el respeto a la educación religiosa (ABC, 17-IV-2005)
- La Conferencia Episcopal pide a los católicos que acudan a la manifestación en defensa de la familia (LR, 10-VI-2005)

Otras formas verbales más negativas desde el punto de vista de la imagen son aquellas que expresan órdenes. En ellas la fuerza ilocucionaria de la petición se vuelve más intensa, hasta llegar al mandato. Por otra parte, no es habitual que sea el propio peticionario el que emplee estas formas verbales en presente, ya que con ellas haría uso de una violencia verbal que queda fuera de lo esperable en cualquier intercambio comunicativo. Sí, en cambio, pueden emplearse en primera persona para referirse a acciones futuras, ya que, en este caso, la fuerza de la exigencia queda mitigada por el tiempo. Lo razonable es que haya sido el periodista el que haya optado por estos verbos con la finalidad de describir el acto de habla, una vez observada la fuerza ilocutiva con la que se emite la petición y consciente de que con ellos trans-

³⁸ SEARLE, John, *Actos...*, p. 74. Las iniciales se corresponden con A (el acto), H (el peticionario) y O (a quien se dirige la petición).

mite el derecho y la fuerza que asiste al peticionario en su demanda, tal como afirma José Antonio Marina:

“La orden es un suceso comunicativo diferente. Transmite un contenido y una presión. El hablante tiene que poseer algún tipo de poder, propio o recibido, para enunciar un mandato. Mandar es poder mandar, esto es, tener poder o fuerza para hacerlo”³⁹.

Cuando aparecen en presente, lo más probable es que su uso haya sido fruto de una interpretación ilocutiva del periodista. De este modo, el verbo “exigir” (“pedir imperiosamente algo a lo que se tiene derecho”) incluye en su significado la fuerza con la que se lleva a cabo la petición, y el derecho que asiste a quien la realiza. El periodista ha asistido a una petición y ha extraído del contexto una serie de datos que le hacen incluirla dentro de las “exigencias”. Entre estos indicadores de actitud se encuentra el hecho de que el peticionario se halla en una posición de autoridad respecto al receptor⁴⁰. De aquí que cuando el periodista opta por esta forma verbal, transmite al lector esta superioridad, sea o no sea cierta en la realidad. Por ello, como se aprecia en el ejemplo siguiente, cuando es *El País* quien lo emplea, el sujeto de la exigencia es “el organismo consultivo” y el contenido de ésta “que rompa los acuerdos con la Santa Sede”; mientras que en el caso de *La Razón* el sujeto es “los obispos”, y el contenido “que conceda más peso académico a la Religión en la reforma educativa”. El agente de la petición queda representado, entonces, como alguien con la superioridad moral o coyuntural para reivindicar lo que es justo y legítimo⁴¹. En ambos casos, la imagen descor-

³⁹ MARINA, José Antonio, *La selva del lenguaje*, Anagrama, Barcelona, 1998, pp. 77-78.

⁴⁰ John SEARLE incluye los verbos “ordenar” y “mandar” dentro de los actos verbales ilocucionarios que implican que H (el peticionario) tiene que estar en una posición de autoridad sobre O (a quien se dirige la petición). Esta caracterización es válida también, en nuestra opinión, para “exigir”, en *Actos...*, p. 74.

⁴¹ DUCROT, Oswald, *Decir y no decir. Principios de una semántica lingüística*, Anagrama, Barcelona, 1982, p. 14, donde este autor afirma que “existe una reglamentación no sólo respecto al acto de hablar en general, sino para cada categoría de actos de habla. El acto de ordenar, por ejemplo, exige cierta relación jerárquica entre el que manda y el que es mandado. De donde la posibilidad de dar órdenes con la intención principal de dejar sentado, de modo implícito, que se está en situación de poder darlas (así como la posibilidad de que las órdenes dadas sean interpretadas como manifestaciones de esta intención)”. En esta misma línea, Jorge LOZANO, Cristina PEÑA-MARÍN y Gonzalo ABRIL incluyen el acto de “ordenar” dentro de la categoría de los “ejercitativos o decretos”, actos que “manifiestan el ejercicio de un poder”, en *Análisis del discurso...*, p. 184.

tés del sujeto protagonista queda mitigada por su situación de superioridad y legitimidad.

- El organismo consultivo exige al Gobierno que rompa los acuerdos con la Santa Sede (EP, 18-II-2005) (subtítulo)
- Los obispos exigen al Gobierno que conceda peso académico a la Religión en la reforma educativa (LR, 24-VI-2005)

3.4. *Conflictivas*

Este tipo de acciones se considera descortés. Están dirigidas contra el mantenimiento de la relación entre los interlocutores: amenazar, acusar, maldecir, amenazar, insultar... En el caso del verbo “retar” (“desafiar a duelo o pelea, o a acusar de alevosía y ante el rey un noble a otro, quedando obligado el primero a mantener la denuncia en buena lid; competir en cualquier terreno”) se aplica de forma metafórica a situaciones actuales. Su uso, consciente y voluntario por el periodista, aunque claramente descortés, beneficia la imagen del sujeto agente que es presentado como una persona valiente. No es extraño, por lo tanto, que sea *El País* quien lo utilice en este texto.

- Casaldáliga reta a Roma (EP, 16-I-2005)

Por su parte, la forma verbal “advertir” (“fijar en algo la atención, reparar, observar; llamar la atención de uno sobre algo, hacer notar u observar; aconsejar, amonestar, enseñar, prevenir; avisar con amenazas”) refleja distintos niveles de descortesía. Su uso, como ya pasaba con otros verbos que hemos visto anteriormente, puede responder a su utilización en primera persona del singular por parte del enunciador con valor realizativo; pero también a una atribución por parte del periodista, que se apoya en un conocimiento implícito para catalogar como advertencia unas declaraciones a las que él asiste como oyente. En esta última situación, el periodista tiene que inferir de una situación una intención de “advertencia” por parte del enunciador, lo que no es fácilmente demostrable.

La construcción de esta forma, según Leonardo Gómez Torrego⁴², está en función de su significado. Cuando su significado es el de ‘notar’, ‘darse cuen-

⁴² Cfr. GÓMEZ TORREGO, Leonardo, *Manual de español correcto*, vol II, Arco Libros, Madrid, 1994, pp. 318-320.

ta' u 'observar' se construye con complemento directo de cosa y sin complemento indirecto. Cuando, por el contrario, significa 'indicar' o 'informar' al oyente para que actúe en consecuencia, se construye con suplemento, con "de", y complemento directo de persona, o de cosa (sustantivos abstractos o proposiciones), elíptico o explícito. En este último caso, si el complemento directo de cosa está representado por una proposición sustantiva es preferible la construcción sin "de". En el caso de que este verbo se use en primera persona, se construye sin "de". Y, finalmente, cuando incorpora el significado de 'amenaza' tampoco debe llevar la preposición. De forma más simplificada, Manuel Seco diferencia tres tipos de construcciones. En primer lugar, cuando significa 'hacer notar a alguien algo', se construye con preposición. En segundo lugar, cuando significa 'notar' u 'observar' se construye sin preposición. Y, finalmente, cuando significa 'amonestar' también se construye sin preposición⁴³. En los textos publicados por *ABC* y *El Mundo*, con el sentido de aviso o de amenaza, el periodista con su uso consigue transmitir la autoridad que se les supone a los agentes verbales, Rouco Varela, el Papa, Blázquez y Ratzinger. De nuevo, el periodista prima la imagen de autoridad y jerarquía sobre la de cortesía:

- Rouco Varela advierte contra quienes pretenden entorpecer la transmisión de la fe en la familia y en la escuela (*ABC*, 9-V-2005)
- El Papa advierte al Gobierno español que el matrimonio entre hombre y mujer "no admite alternativas" (*ABC*, 26-V-2005)
- Blázquez advierte que la doctrina de la Iglesia sobre los matrimonios gays "no admite rebajas" (*ABC*, 19-III-2005)
- Ratzinger advierte al Cónclave del peligro del "relativismo" (*EM*, 19-IV-2005)
- Monseñor Gea advierte que "ni el Papa" puede cambiar la doctrina de la Iglesia contra el preservativo (*EM*, 22-I-2005)

Otro verbo claramente conflictivo y descortés es el verbo "acusar". Éste se utiliza en situaciones en las que se hace responsable a una persona de haber realizado algún acto considerado reprochable. Se acusa a alguien, pero interesa resaltar la razón de esta acusación, de aquí que en su significado se incluyan ambos aspectos. Por eso, ambos componentes aparecen de forma explícita. Por otra parte, de él afirma Fillmore que:

⁴³ Cfr. SECO, Manuel, *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española*, Espasa Calpe, Madrid, 1990, p. 20.

Un sujet parlant le français utilise le mot *accuser* lorsqu'il parle d'une situation qui est indiscutablement mauvaise et quand il veut faire savoir qu'une certaine personne est responsable de cette situation; il utiliserait le mot *critiquer* pour parler d'une situation où on ne cherche pas à savoir qui en est le responsable mais montrer qu'il veut faire savoir que la situation est blamable [...]. Ces deux verbes diffèrent encore sur deux points très intéressants: les emplois du verbe *critiquer* présupposent la réalité de la situation, mais il n'est pas de même pour *accuser*. [...]. *Accuser* et *critiquer* diffèrent sur un deuxième point. *Accuser* peut être employé comme un performatif dans le sens où ce terme a été défini par Austin [...] le verbe *critiquer* n'est pas un performatif; ceci signifie que l'énonciation de la phrase. [...]. Il peut y avoir d'autres types de présuppositions qui séparent *accuser* de *critiquer* et de *réprimander*. Si la situation offensante est extrêmement sérieuse, les mots *critiquer* et *réprimander* son inadéquats⁴⁴.

Por lo tanto, si la forma “criticar” presupone la realidad de la situación, mientras que con “acusar” no sucede lo mismo, el periodista al emplear este primer término da por supuesto la verdad de la crítica, y cuando opta por el segundo, no acepta su veracidad. Esta opinión, referida a “acusar”, también es compartida por Catherine Kerbrat-Orecchioni, quien considera que

si se compara, en efecto, “Pedro acusó a María de haber escrito esa carta” con “Pedro censuró a María por haber escrito esa carta” constatamos que, al emplear “acusar”, Lo sugiere que la legitimidad de la imputación no está realmente probada a sus ojos, lo que puede parafrasearse en esta forma: [y responsable de z: incierto para Lo]⁴⁵.

De aquí que en un título como el siguiente, difundido por *El País*, el periódico no comparta el contenido de la acusación, y sea la imagen del Papa la que quede deteriorada por haber realizado un acto verbal considerado claramente descortés.

—El Papa acusa al Gobierno español de promover el ‘desprecio de la religión’ (EP, 25-I-2005)

⁴⁴ FILLMORE, Charles J., “Verbes de jugement. Essai de description sémantique”, en *Langages*, n° 17, mars 1970, pp. 64-66.

⁴⁵ KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*, Edicial, Buenos Aires, 1997, p. 136, donde la autora utiliza convencionalmente el signo “Lo” para referirse al locutor, o sea, a nuestro “periodista”; “y” para el agente de las declaraciones, nuestro “enunciador”, y “z” para la razón de la acusación.

El verbo “criticar”, por su parte, presupondría, según el citado planteamiento de Fillmore, que el periódico está de acuerdo con el objeto de la crítica. Sin embargo, vemos que no siempre es así y que en numerosas ocasiones, como ocurre en los siguientes títulos, sólo se busca reforzar la imagen descortés del agente:

- El Papa critica las reformas del Gobierno español por su “laicismo” (EP, 23-I-2005)
- Rouco Varela critica los intentos del Gobierno socialista de “recortar la libertad religiosa” (EP, 17-IV-2005)

Frente a los textos anteriores, en los que se muestran a continuación se observa que lo que aparece resaltado es el contenido de la crítica. No hay que olvidar que el periódico es leído por lectores cercanos ideológicamente a él, que se identifican con su perspectiva ideológica. Esto determina que entre el periódico y el lector se establezca una especie de camaradería recíproca, cuya razón última está en el hecho de compartir un mismo punto de vista sobre la realidad⁴⁶.

- El camarlengo critica el matrimonio homosexual ante López Aguilar (EM, 25-IV-2005)
- El Papa critica los proyectos de matrimonio homosexual en su discurso al cuerpo diplomático (ABC, 11-I-2005)
- Benedicto XVI critica “a los prepotentes que violan los derechos de los débiles” (LR, 16-VI-2005)
- El hoy Benedicto XVI criticó la “dictadura del relativismo” en la homilía del Cónclave (ABC, 20-IV-2005)
- El camarlengo critica el matrimonio homosexual ante ministros del Gobierno (ABC, 25-IV-2005)

⁴⁶ En este sentido, “para que resulte eficaz, el actante de la comunicación destinador entablará con el destinatario un contrato de tipo cognitivo, que Greimas ha llamado contrato de veridicción, mediante el cual destinador y destinatario manipulan estados de veridicción. En su manipulación discursiva, el hacer del destinador se dirigirá a garantizar la adhesión de su interlocutor: a tal hacer del destinador lo llama Greimas hacer persuasivo basado en un hacer creer (verdad). Al hacer persuasivo atribuye Greimas la función de establecer precisamente el contrato de veridicción que comprende al adhesión del destinatario, quien mediante un hacer interpretativo o creer (verdad) se adherirá a la propuesta del destinador”. LOZANO, Jorge, PEÑA-MARÍN, Cristina y ABRIL, Gonzalo, *Análisis del discurso...*, p. 80. En esta línea, por lo tanto, habría que pensar que en los textos periodísticos el receptor coincide con el destinatario.

Otra forma verbal que puede ser incluida dentro de los verbos conflictivos es “denunciar”. Este verbo posee un sentido legal que no tienen otras formas vistas anteriormente. Por un lado, incluye una valoración axiológica negativa de la acción por parte del agente; por otro, también incorpora una valoración modalizante por parte del redactor, que considera verdadera la causa de la denuncia y, por tanto, legitimada esta última.

En el acto de habla de denuncia —escribe Carolina Figueras— se proporciona información sobre una serie de hechos irregulares o abusivos de los que es responsable una tercera persona. Se lleva a cabo, por tanto, una acusación. El destinatario de la denuncia es en todos los casos una persona con autoridad para cambiar de alguna manera esos hechos negativos⁴⁷.

En el caso de su uso periodístico, la voluntad del periodista no es tanto ofrecer una imagen descortés del protagonista, sino apoyarlo en su denuncia.

—Un gay denuncia a un cura de Jaén por negarle la comunión (EM, 2-II-2005)

—El Papa denuncia que la política laicista del Gobierno restringe “la libertad religiosa” (ABC, 25-I-2005)

4. *La imagen en los periódicos*

Brown y Levinson han defendido la cortesía desde la necesidad que tiene toda sociedad de regular la agresividad natural de sus miembros. El recurso a la cortesía sería, por tanto, una forma de canalización y orientación socialmente útil de aprovechamiento de esa violencia natural, y una forma de facilitar la convivencia que de otra manera sería imposible⁴⁸. Esta cortesía se manifiesta sobre todo en nuestros intercambios comunicativos y nuestras

⁴⁷ FIGUERAS, Carolina, “El papel del contexto en la descripción de los actos de habla de queja, denuncia y protesta”, en *Anuario de Filología. Estudios de Lengua y Literatura españolas*, vol. XVII, nº 5, 1994, p. 61. Aunque en el caso de la información que los protagonistas ofrecen a la prensa no interesa tanto cambiar la situación como denunciarla y señalar al culpable.

⁴⁸ Cfr. BROWN, Penélope, y LEVINSON, Stephen C., *Politeness. Some Universals in Language Use*, Cambridge University Press, Cambridge, 1987.

expresiones lingüísticas. Dos son, pues, las capacidades mediante las que cada individuo manifiesta su comportamiento comunicativo: la racionalidad, orientada a saber lo que se quiere y dirigir el comportamiento hacia su consecución; y la imagen pública que cada uno quiere proyectar de sí mismo ante el resto de individuos con los que convive, y que desea conservar porque es fácilmente vulnerable. Todos los participantes en un intercambio comunicativo desean de algún modo preservar su imagen ante los demás y, para ello, llevan a cabo una serie de actos con la finalidad de proteger su imagen ante sí mismos y ante los demás.

En este sentido, los medios de comunicación disponen de multitud de recursos con los que mejorar o deteriorar la imagen de instituciones y personas. Entre éstos, el uso de la hipérbole, que consiste en “emplear palabras exageradas para expresar una idea que está más allá de los límites de la verosimilitud”⁴⁹. Mediante su uso, el periodista consigue enaltecer/engrandecer o degradar/empequeñecer las acciones o las cualidades⁵⁰, resaltando sus virtudes o defectos.

–Roma, capital del mundo (EP, 10-IV-2005)

También la antonomasia realiza esa función de resalte de virtudes o defectos del protagonista. Mortara Garavelli la define como “usar, en lugar de un nombre propio, un epíteto (o un nombre propio usado como epíteto) o una perífrasis que exprese una cualidad característica del individuo nombrado”⁵¹. Este reemplazo es factible porque el nombre propio lleva una carga de propiedades destacadas de su portador que le permiten ser sustituible⁵². Y mediante su uso, el periódico muestra su acuerdo o desacuerdo con el sujeto. Así vemos cómo la denominación “guardián de la fe de los sencillos” o “el Magno” contribuyen a resaltar una buena imagen del Juan Pablo II, mien-

⁴⁹ MARCHESE, Angelo y FORRADELLAS, Joaquín, *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*, Ariel, Barcelona, 1994, p. 261.

⁵⁰ “La Hipérbole es caracterizada en general como un fenómeno de sustitución metafórica, dominado por una finalidad ‘enaltecedora/degradadora’, o su vertiente cuantitativa: ‘engrandecedora/empequeñecedora’ de una determinada realidad, en tanto que exponentes de una actitud valorativa del yo textual, que sobrepasa, de modo excesivamente llamativo los límites de lo razonablemente verosímil”, en MAYORAL, José Antonio, *Figuras...*, p. 234.

⁵¹ MORTARA GARAVELLI, Bice, *Manual...*, p. 198.

⁵² Cfr. SPANG, Kurt, *Fundamentos de...*, p. 214.

tras que “el guardián de la ortodoxia”, o “cardenal de hierro”, una mala de Ratzinger.

- El guardián de la ortodoxia escogido por el Santo Padre (EM, 5-IV-2005)
- El guardián de la fe de los sencillos (EM, 20-IV-2005)
- El cónclave elige Papa al alemán Ratzinger, guardián de la ortodoxia (EP, 20-IV-2005)
- Un cardenal del hierro al frente de la Iglesia (EP, 20-IV-2005)
- Los ‘milagros’ de Wojtyla ‘el Magno’, en la vida y en la muerte (EM, 14-V-2005)

También los sustantivos axiológicos y los adjetivos subjetivos se emplean como mecanismos lingüísticos en esta dirección. Si es cierto que “el léxico de una lengua es el inventario de los significados importantes para un grupo social”⁵³, su uso en los medios de comunicación determinará todo un universo de objetos, ideas y valores con los que los ciudadanos elaborarán su propia imagen de la realidad. Por ello, tiene especial relevancia el análisis de los sustantivos connotados. En muchos casos, se puede observar que con la selección de éstos no sólo se representa la realidad, sino que también se ofrece un determinado punto de vista sobre ella.

La elección del léxico –afirma Teun Van Dijk– es un aspecto importante del discurso periodístico en el cual las opiniones o ideologías ocultas pueden salir a la superficie. El ejemplo tradicional de usar “terroristas” en lugar de “guerrilla” o “luchadores de la libertad” es sólo un ejemplo. Lo mismo sucede con el uso de “revuelta” en lugar de “disturbios” o en lugar de “resistencia”, o el uso de la palabra “alborotadores” en lugar de, por ejemplo, “manifestantes”. Una gran parte del punto de vista oculto, de las opiniones tácitas o de las ideologías usualmente negadas por la prensa pueden inferirse a partir de estas descripciones e identificaciones del léxico de los grupos sociales y de sus miembros⁵⁴.

⁵³ MARINA, José Antonio, *Teoría de la inteligencia creadora*, Anagrama, Barcelona, 1995, pp. 66-67.

⁵⁴ VAN DIJK, Teun A., *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, Paidós, Barcelona, 1990, p. 252. En esta misma dirección, se ha afirmado que “los nombres no designan simplemente a los seres: los designan siempre desde determinados puntos de vista [...]. Al designar al individuo X como un fanático, le asigno una serie de estereotipos: un fanático es un ser peligroso, de que hay que protegerse, al que hay que dominar, encerrar, ver muerto... Esos estereotipos van si no a determinar los comportamientos, sí al menos a orientar los discursos”, PLANTIN, Christian, *La argumentación*, Ariel, Barcelona, 1998, p. 102.

De esta manera, en el momento en que el redactor selecciona un término para referirse a algo, está seleccionando también el punto de vista bajo el cual lo describe, y favoreciendo o perjudicando su imagen. La elección de las palabras refleja el tono más o menos serio del texto, define el papel activo o pasivo que se exige del lector, y también la ideología del diario en que se publican. Por otra parte, teniendo en cuenta que los medios de comunicación están dominados, cada vez más, por grandes grupos empresariales multimedia, en torno a los cuales se han establecido complejos entramados de intereses financieros y políticos, no se puede evitar pensar, como hace el citado Van Dijk, que al final, “la noticia promueve implícitamente las creencias y opiniones dominantes de grupos de élite en la sociedad”⁵⁵. Sería entonces casi una utopía (aunque no por ello algo menos necesario sobre lo que insistir) una recomendación como la siguiente:

El periodista debería, pues, limitarse, en estos relatos informativos, a transmitir hechos, absteniéndose de manifestar sus ideas personales sobre esos hechos. El tono general de la escritura será la neutralidad. De aquí la recomendación de evitar el uso de “palabras valorativas” (“value words”), ya que tales palabras refieren simultáneamente un hecho y un juicio de valor (“a fact and a judgment”, R.Th. Berner, *Language Skills for Journalists*, Boston 1979, págs. 244 y 255). Debieran, pues, evitarse en los textos informativos -según algunos autores- palabras como prostituta, robo, suicidio, aborto, etc., y usar sólo palabras neutras (“neutral words”: “a good journalist doesn’t have to resort to value words”)⁵⁶.

⁵⁵ VAN DIJK, Teun A., *La noticia...*, p. 124.

⁵⁶ CASADO, Manuel, “Notas sobre el léxico periodístico de hoy”, en MARTÍN ZORRAQUINO, M^a Antonia (coord.), *El lenguaje en los medios de comunicación*, Asociación de la prensa de Zaragoza, 1990, pp. 50-51. Más bien nos inclinamos a pensar que la elaboración de los textos periodísticos está más cerca de la manipulación que de la neutralidad. En este sentido, nos parece relevante también la aportación de Francisco CONESA y Jaime NUBIOLA cuando declaran que “la capacidad de interacción social del lenguaje va unida también a la posibilidad de manipulación [...]. Mediante el uso de diversas estrategias y técnicas se usa el lenguaje para imponer una determinada opción. La manipulación tiene lugar cuando uno objetiva al otro, eliminando su libertad y conciencia; el mensaje es falseado (la mentira, la media verdad, la ideologización), el medio de comunicación no es transparente (mensajes subliminales, coacción psicológica, eliminación de la respuesta crítica). La manipulación es, pues, una alteración del orden comunicativo. Casi ningún ámbito de la vida humana queda al margen de la posibilidad de manipulación”, *Filosofía del lenguaje*, Herder, Barcelona, 1998, pp. 208-209.

Así contribuye a perjudicar la imagen de la Iglesia el uso de sustantivos con contenido axiológico negativo⁵⁷, mediante los que el periodista ofrece el aspecto más preocupante o negativo de una situación. De la importancia de este uso nos habla la abundancia de ejemplos en *El País* y *El Mundo*:

- La Iglesia rectifica sobre el preservativo tras la **llamada al orden** del Vaticano (EP, 20-I-2005)
- Los obispos españoles reafirman **su rechazo** al condón y encajan la **huida** de las nuevas generaciones (EP, 23-I-2005) (subtítulo)
- Los **trapiés** del portavoz (EP, 23-I-2005)
- El pueblo que habita en **tinieblas** (EP, 25-I-2005)
- Visitas 'ad limina' con **tirones de oreja** (EM, 25-I-2005)
- El excesivo poder político de Estado Unidos y los recientes **escándalos** de pederastia dejan fuera de la **competición** por el Papado a los 11 cardenales norteamericanos (EM, 5-IV-2005) (subtítulo).
- Pugna** 'cainita' entre el Papa y el Patriarca (EM, 6-IV-2005)
- El número de candidatos, las **divisiones** y la huella de Wojtyla reducen las aspiraciones de la primera fuerza en el Cónclave (EM, 7-IV-2005)
- La figura de Juan Pablo II impulsa la **tentación** continuista en el cónclave (EP, 11-IV-2005)
- El recuerdo de Juan Pablo II y la **tentación** continuista dominan las vísperas del cónclave (EP, 11-IV-2005)
- Víctimas** de curas pederastas protestan en el Vaticano contra el ex arzobispo de Boston (EP, 12-IV-2005)
- El **fantasma** de la **pederastia** sacude los funerales del Papa (EM, 12-IV-2005)
- Cuando lo sublime y lo **ridículo** se rozan en un cónclave (EM, 17-IV-2005)
- Hermetismo**, poco café y mucho Ratzinger (EM, 18-IV-2005)

Frente a los sustantivos negativos, en pocas y matizadas ocasiones podemos encontrar sustantivos axiológicos positivos:

⁵⁷ Estos términos son un ejemplo del tipo de lenguaje emotivo que se emplea habitualmente en los periódicos, incluso cuando se pretende informar de algún acontecimiento. En este sentido, no está de más citar aquí a Anthony WESTON, quien recomendaba que en una buena argumentación se evitara "el lenguaje cuya única función sea la de influir en las emociones de su lector u oyente, ya sea en favor o en contra de las opiniones que está discutiendo". *Las claves de la argumentación*, Ariel, Barcelona, 1994, p. 26. Si es así en la argumentación, propia de los textos de opinión, cuánto más en la información que se supone más objetiva y neutral.

- Un Papa para la **eternidad** (ABC, 3-IV-2005)
- Desaparece el **líder** espiritual del siglo XX (ABC, 3-IV-2005)
- El **éxito** de la ‘diplomacia funeraria’ (EM, 9-IV-2005)

En relación con los adjetivos, a pesar de que los libros de estilo de los distintos medios no recomiendan su uso en las informaciones, lo cierto es que el adjetivo se emplea con cierta frecuencia en este tipo de textos. La razón tendríamos que buscarla, probablemente, en la necesidad del redactor de ofrecer su punto de vista sin que éste sea demasiado evidente. De esta manera, el periodista consigue enjuiciar la actualidad de forma sutil, ya que como afirma George Steiner “el lenguaje crea [...] por virtud de la calificación adjetival, sin la cual no puede haber conceptualización de bien o mal”⁵⁸.

Para hacer un análisis del tipo de adjetivos que aparecen en las informaciones, seguimos la clasificación de Catherine Kebrat-Orecchioni⁵⁹. Esta autora divide los adjetivos en objetivos y subjetivos. Dentro de este último bloque realiza, a su vez, una doble división: afectivos que enuncian al mismo tiempo una propiedad del objeto y una reacción emocional del sujeto, y evaluativos. Dentro de los adjetivos evaluativos lleva a cabo, nuevamente, otra doble división: no axiológicos que comprende a todos los que implican una evaluación cualitativa o cuantitativa, y axiológicos, los que aplican al objeto un juicio de valor, positivo o negativo. Entre los adjetivos objetivos empleados en los textos informativos estudiados, se encuentran, sobre todo, los numerales.

- Tres** ataúdes para el eterno descanso del sumo Pontífice (EM, 5-IV-2005)
- Los **siete** últimos minutos de Juan Pablo II en la plaza de San Pedro (ABC, 5-IV-2005)
- Nueve** horas de experiencia mística con luz y sonido en la cola para ver al Papa (EM, 6-IV-2005)

Dentro de los adjetivos subjetivos afectivos, como veremos en uno de los próximos ejemplos, el redactor se vale de un adjetivo como “espectacular”, para resaltar la apariencia de grandiosidad, de “alarmante” o “dramática”, para referirse a la sensación de alarma que le ha producido una determinada

⁵⁸ STEINER, George, *Presencias reales*, Destino, Barcelona, 1998, p. 74.

⁵⁹ Cfr. KERBRAT-ORECCHIONI, pp. 110-131.

situación... Por otra parte, a través de su uso se resalta una cualidad positiva o negativa del sujeto al que se alude.

- La ‘**milagrosa**’ mejoría del Papa (EM, 7-III-2005)
- Cambio **inesperado** en la Iglesia española (LV, 9-III-2005)
- El Papa dirige un saludo silencioso y **doliente** a los jóvenes desde su ventana (ABC, 21-III-2005)
- Un debilitamiento **inquietante** (ABC, 22-III-2005)
- El Papa, fatigado y sin habla, imparte una **dramática** bendición ‘urbi et orbi’ (EP, 28-III-2005)
- El Papa reapareció ayer durante unos minutos sin conseguir hablar y entre **alarmantes** gestos de dolor (EM, 31-III-2005) (antetítulo)
- Roma pone en marcha un **imponente** dispositivo para garantizar la seguridad (ABC, 3-IV-2005)
- Spectacular** traslado del cadáver del Papa y colas kilométricas para despedirle (EM, 5-IV-2005)
- Joseph Ratzinger preside con autoridad **indiscutida** el trabajo diario de los cardenales (ABC, 6-IV-2005)
- Un papado repleto de gestos **inolvidables** (EM, 6-IV-2005)
- El “**conmoverdor**” testamento espiritual del Papa se hará público hoy en polaco e italiano (ABC, 7-IV-2005)
- Tres salidas para uno de los cónclaves más **imprevisibles** (EM, 16-IV-2005)

Los adjetivos subjetivos evaluativos no axiológicos, por su parte, tienen como característica común su carácter gradual y su dependencia de la idea que el hablante se hace del criterio de evaluación para un determinado tipo de objetos. Todos los adjetivos incluidos a continuación en este apartado lo son por la imprecisión y subjetividad que supone hablar de “grave”, “conservador”, “cálida”, etc., conceptos que dependen de lo que es la norma en cada situación, que siempre será relativa al sujeto de la enunciación, aunque, en muchas ocasiones, es compartida socialmente.

- Juan Pablo II sufre una **grave** recaída (LV, 25-II-2005)
- Rouco Varela, “**alejado**” del Episcopado, tiene su futuro en un **alto** cargo en el Vaticano (ABC, 9-III-2005)
- De origen europeo, septuagenario, **conservador** (EM, 4-IV-2005)
- Cálida** despedida mundial y **escasas** críticas a Wojtyla (EP, 4-IV-2005)
- Un candidato **conservador** para el continente negro (EM, 8-IV-2005)
- Los Reyes presiden en primera fila la **nutrida** delegación española (EP, 9-IV-2005)
- El **poderoso** ‘Monseñor Panzer’ encabeza las encuestas (EM, 14-IV-2005)

- Liderar reformas **improrrogables** (ABC, 21-IV-2005)
- Benedicto XVI inicia su Pontificado con una **solemne** y **sobria** ceremonia ante 350.000 fieles (EM, 25-IV-2005)

Finalmente, los adjetivos evaluativos axiológicos atribuyen al objeto o al acontecimiento del que informan una cualidad y un juicio de valor, positivo o negativo, por parte del periodista. En este sentido, manifiestan una toma de postura evidente de éste a favor o en contra del contenido de la información. Podría entonces decirse que, a pesar de ser empleados en textos informativos, con ellos se introduce un juicio y una opinión del redactor. En todos los textos en los que se emplean los adjetivos evaluativos axiológicos, éstos se convierten en el centro de la información.

- Una convalecencia **poco transparente** (EM, 1-III-2005)
- Del Papa **ideal** al Papa posible (EM, 17-IV-2005)
- Santo, culto, moderno, sabio** y... (EM, 18-IV-2005)
- Una institución **medieval** (EP, 13-IV-2005)

Además de los adjetivos, también los adverbios pueden contribuir a valorar las informaciones, sobre todo en el caso de los subjetivos. Podemos encontrar formas subjetivas “afectivas”, en las que el redactor expresa su impresión personal y con las que intenta implicar emocionalmente al lector⁶⁰; y formas subjetivas “evaluativas”. Dentro de estas últimas se encuadran las “axiológicas”, con las que el redactor califica de “buena” o “mala” la acción y las “modalizadoras”, que incluyen un rasgo evaluativo del tipo “verdadero”/“falso”. La mayoría de los adverbios encontrados pertenecen a la clase de los evaluativos no axiológicos.

- El Papa reaparece **brevemente** para bendecir a los fieles (EP, 24-III-2005)
- El Papa se deja ver **brevemente** en la plaza de San Pedro (EP, 24-III-2005)
- La noche **más** larga en la plaza de San Pedro (EP, 3-IV-2005)

Aunque también podemos encontrar algún caso –extraño– de adverbio axiológico con valor negativo.

- Demasiada** Iglesia para un solo papa (EP, 15-IV-2005)

⁶⁰ Cfr. KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, *op. cit.*, p. 156.

5. Conclusiones

En este artículo se han analizado las formas mediante las que se describen los actos corteses en los medios de comunicación. La cortesía presenta, en este sentido, dos dimensiones: la del propio medio de comunicación en relación con los lectores, y la que afecta a la imagen que los diarios trasladan de los protagonistas de la información.

En el primer caso, se observa cómo los periódicos violan constantemente el principio de la claridad que Robin Lakoff considera básico en los intercambios comunicativos. La ambigüedad con la que se construyen, en numerosas ocasiones, los encabezamientos informativos es buscada como forma implícita de opinión por el periódico en un tipo de textos, las noticias, que sólo permiten la transmisión de hechos. Esta violación de la claridad como modo de “descortesía” por parte del diario es fruto de una opción consciente por la expresividad y densidad “comunicativa” frente a la claridad informativa.

En cuanto a la imagen que los periódicos ofrecen de los protagonistas, en muchas ocasiones depende del verbo elegido por el periodista para describir el acto verbal. En algunos casos el periodista escoge formas verbales que ofrecen una imagen claramente descortés del agente, pero que, sin embargo, resaltan su autoridad o expresan su derecho legítimo a pedir algo. Se rompe así, nuevamente, con el principio cortés de Lakoff y sus recomendaciones (no se imponga, deje elegir y ofrezca opciones). Sin embargo, en tales casos, el periódico antepone un tipo de imagen a otro, y prefiere la opción de la justicia antes que la de la cortesía.

A la vez puede observarse que la interpretación que se realiza del acto verbal depende por un lado del periódico donde se publica, y, por otro, de quién es el protagonista. Puesto que el periódico normalmente es leído por lectores cercanos ideológicamente a él, que se identifican con su perspectiva ideológica, esto determina el tipo de interpretación semántica que se le da a algunas construcciones lingüísticas. De esta manera, en función de cuál sea el diario en el que se publica la noticia y el sujeto protagonista de ésta, se activará por parte del receptor la interpretación cortés o descortés, o, por el contrario, la imagen de superioridad jerárquica y de legitimidad que éste tiene. Este fenómeno se produce, sobre todo, en el caso de los verbos considerados conflictivos desde el punto de vista de la cortesía.

En cualquier caso, muchos y variados son los recursos que poseen los medios de comunicación para mejorar o deteriorar la imagen de instituciones y personas, entre ellos, especial relevancia tienen los sustantivos connotados y

los adjetivos valorativos. A ellos acuden los periodistas cuando les interesa ofrecer una determinada imagen del sujeto protagonista de la información y de ello hemos mostrado algunos ejemplos. Para ello disponen de la mejor arma, el lenguaje, que, como creemos haber demostrado, manifiesta también en los recursos lingüísticos de la cortesía su capacidad de construir, más que de transmitir, las informaciones.

Bibliografía citada

- AUSTIN, John, *Cómo hacer cosas con palabras*, Paidós, Barcelona, 1990.
- BRIZ, Antonio, e HIDALGO, Antonio, "Conectores pragmáticos y estructura de la conversación", en MARTÍN ZORRAQUINO, M^a Antonia, y MONTOLÍO DURÁN, Estrella (coords.), *Los marcadores del discurso. Teoría y análisis*, Arco Libros, Madrid, 1988, pp. 121-142.
- BROWN, Penélope, y LEVINSON, Stephen C., *Politeness. Some Universals in Language Use*, Cambridge University Press, Cambridge, 1987.
- BUSTOS, Eduardo, *Pragmática del español. Negación, cuantificación y modo*, UNED, Madrid, 1986.
- CASADO, Manuel, *Introducción a la gramática del texto del español*, Arco Libros, Madrid, 1993.
- CASADO, Manuel, "Notas sobre el léxico periodístico de hoy", en MARTÍN ZORRAQUINO, M^a Antonia (coord.), *El lenguaje en los medios de comunicación*, Asociación de la prensa de Zaragoza, 1990, pp. 50-51.
- CONESA, Francisco, y NUBIOLA, Jaime, *Filosofía del lenguaje*, Herder, Barcelona, 1998.
- DÍEZ BORQUE, José María, *Comentario de textos literarios*, Playor, Madrid, 1984.
- DUCROT, Oswald, *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*, Paidós, Barcelona, 1986.
- DUCROT, Oswald, *Decir y no decir. Principios de una semántica lingüística*, Anagrama, Barcelona, 1982.
- EL PAÍS, *Libro de Estilo*, Ediciones El País, Madrid, 1990.
- ESCANDELL VIDAL, M^a Victoria, *Introducción a la pragmática*, Ariel, Barcelona, 1996.
- FERNÁNDEZ GONZÁLEZ, Ángel Raimundo, HERVÁS, Salvador, y BÁEZ, Valerio, *Introducción a la semántica*, Cátedra, Madrid, 1989.
- FIGUERAS, Carolina, "El papel del contexto en la descripción de los actos de habla de queja, denuncia y protesta", *Anuari de Filología. Estudios de Lengua y Literatura españolas*, vol. XVII, n^o 5, 1994, pp. 41-70.
- FILLMORE, Charles J., "Verbes de jugement. Essai de description sémantique", en *Langages*, n^o 17, mars 1970, pp. 56-72.
- GARRIDO MEDINA, Joaquín, *Lógica y lingüística*, Síntesis, Madrid, 1998.
- GÓMEZ TORREGO, Leonardo, *Manual de español correcto*, vol II, Arco Libros, Madrid, 1994.
- GRICE, Herbert Paul, "Presuposición e implicatura conversacional", en JULIO, M^a Teresa, y MUÑOZ, Ricardo, (compiladores), *Textos clásicos de pragmática*, Arco Libros, Madrid, 1998, pp. 105-124.
- GRIJELMO, Álex, *El estilo del periodista*, Taurus, Madrid, 1997.
- GUTIÉRREZ ORDÓÑEZ, Salvador, *Presentación de la Pragmática. Lección inaugural del curso académico 1996-1997*, Universidad de León, León, 1996.
- JULIO, M^a Teresa, y MUÑOZ, Ricardo, (compiladores), *Textos clásicos de pragmática*, Arco Libros, Madrid, 1998.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*, Editorial, Buenos Aires, 1997.

- LAKOFF, Robin, "La lógica de la cortesía, o acuérdate de dar las gracias", en JULIO, M^a Teresa, y MUÑOZ, Ricardo, (compiladores), *Textos clásicos de pragmática*, Arco Libros, Madrid, 1998, pp. 259-278.
- LAUSBERG, Heinrich, *Manual de Retórica literaria II*, Gredos, Madrid, 1991.
- LEECH, Geoffrey, *Principles of Pragmatics*, Longman, Londres, 1983.
- LOZANO, Jorge, PEÑA-MARÍN, Cristina, y ABRIL, Gonzalo, *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*, Cátedra, Madrid, 1993.
- LYONS, John, *Lenguaje, significado y contexto*, Paidós, Barcelona, 1995.
- MALDONADO, Concepción, *Discurso directo y discurso indirecto*, Taurus, Madrid, 1991.
- MARCHESE, Angelo, y FORRADELLAS, Joaquín, *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*, Ariel, Barcelona, 1994.
- MARINA, José Antonio, *La selva del lenguaje*, Anagrama, Barcelona, 1998.
- MARINA, José Antonio, *Teoría de la inteligencia creadora*, Anagrama, Barcelona, 1995.
- MARTINELL, Emma, "Un fenómeno lingüístico en los textos de Cambio 16", en *Anuario de Filología*, n^o 4, 1978, pp. 317-334.
- MARTÍN ZORRAQUINO, M^a Antonia (coord.), *El lenguaje en los medios de comunicación*, Asociación de la prensa de Zaragoza, 1990.
- MARTÍN ZORRAQUINO, M^a Antonia, y MONTOLÍO DURÁN, Estrella (coords.), *Los marcadores del discurso. Teoría y análisis*, Arco Libros, Madrid, 1988.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis, *La información en una sociedad industrial. Función social de los "mass-media" en un universo democrático*, Tecnos, Madrid, 1981.
- MAYORAL, José Antonio, *Figuras retóricas*, Síntesis, Madrid, 1994.
- MEIX IZQUIERDO, Francisco, *La dialéctica del significado lingüístico*, Ediciones Universidad de Salamanca, Salamanca, 1994.
- MORTARA GARAVELLI, Bice, *Manual de retórica*, Cátedra, Madrid, 1991.
- PLANTIN, Christian, *La argumentación*, Ariel, Barcelona, 1998.
- PORTOLÉS, José, *Marcadores del discurso*, Ariel, Barcelona, 1998.
- REBOUL, Anne, y MOESCHLER, Jacques, *Pragmatique du discours. De l'interprétation de l'énoncé à l'interprétation du discours*, Armand Colin, Paris, 1998.
- SANGUINETTI, Juan José, *Lógica*, Eunsa, Navarra, 1994.
- SEARLE, John, *Actos de habla*, Cátedra, Madrid, 1994.
- SECO, Manuel, *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española*, Espasa Calpe, Madrid, 1990.
- SENABRE, Ricardo, *Lengua y estilo en Ortega y Gasset*, Ediciones Universidad de Salamanca, Salamanca, 1964.
- SPANG, Kurt, *Fundamentos de retórica literaria y publicitaria*, Eunsa, Pamplona, 1991.
- SPERBER, Dan, y WILSON, Deirdre, *La relevancia*, Madrid, Visor, 1986.
- STEINER, George, *Presencias reales*, Destino, Barcelona, 1998.
- VAN DIJK, Teun A., *Texto y contexto. (Semántica y pragmática del discurso)*, Cátedra, Madrid, 1995.
- VAN DIJK, Teun A., *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, Paidós, Barcelona, 1990.
- WESTON, Anthony, *Las claves de la argumentación*, Ariel, Barcelona, 1994.

Copyright of *Comunicacion y Sociedad* is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.