

Revista de

FILOLOGÍA

Universidad de La Laguna

32

2014

Revista de
FILOLOGÍA

Revista de
FILOLOGÍA
Universidad de La Laguna

DIRECTORA
Carmen Díaz Alayón

SUBDIRECTORES
José M. Oliver Frade
Francisco Javier Castillo

SECRETARIA
Juana L. Herrera Santana

CONSEJO DE REDACCIÓN

Maravillas Aguiar Aguilar (ULL), Carmen Yolanda Arecibia Santana (ULPGC)
José Juan Batista Rodríguez (ULL), Manuel Bruña Cuevas (Universidad de Sevilla),
Carlos Brito Díaz (ULL), José Manuel González Calvo (UEX), Blanca Krauel Heredia (UMA),
Dámaso López García (UCM), Ricardo Martínez Ortega (ULL), Juan Antonio Moya Corral (UGR),
Rafael Padrón Fernández (ULL), José Francisco Pérez Berenguel (UA), Félix J. Ríos (ULL),
y Juan Andrés Villena Ponsoda (UMA).

CONSEJO ASESOR

Manuel Alvar Ezquerra (Universidad Complutense); Ignacio Bosque (Universidad Complutense);
Georg Bossong (Universität Zürich); Patrick Charaudeau (Université Paris-III); Federico Corriente
(Universidad de Zaragoza); Aurora Egido (Universidad de Zaragoza); Juan Armando Epple
(University of Oregon); Vita Fortunati (Università di Bologna); Lionel Galand (École pratique
des Hautes Études, París); Miguel Ángel García Peinado (Universidad de Córdoba); Joaquín Garrido
(Universidad Complutense); Juan Gil Fernández (Universidad de Sevilla); Francisco Lafarga Maduell
(Universidad de Barcelona); Humberto López Morales (Asociación de Academias de la Lengua
Española); M.ª Antonia Martín Zorraquino (Universidad de Zaragoza); Dieter Messner (Universität
Salzburg); José Luis Moralejo Álvarez (Universidad de Alcalá); Maurilio Pérez (Universidad de
León); Rafael Portillo (Universidad de Sevilla); Bernard Pottier (Université Paris-IV); Carmen Ruiz
Barriidue (Universidad de Salamanca); Armin Schwegler (University of California, Irvine);
Mahmud Sobh (Universidad Complutense); Ramón Trujillo (Universidad de La Laguna); Hernán
Urrutia (Universidad del País Vasco); Gerd Wotjak (Universität Leipzig); y Alicia Yllera (UNED).

EDITA

Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna
Campus Central. 38200 La Laguna. Santa Cruz de Tenerife
Tel.: 34 922 31 91 98

DISEÑO EDITORIAL

Jaime H. Vera
Javier Torres/Luis C. Espinosa

PREIMPRESIÓN

Servicio de Publicaciones

ISSN: 0212-4130

Depósito Legal: TF 734/81

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra sin permiso del editor.

Revista de
FILOLOGÍA
32

SERVICIO DE PUBLICACIONES
UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA, 2014

REVISTA de Filología / Universidad de La Laguna. — Nº 0 (1981) - . — La Laguna : Universidad, Servicio de Publicaciones, 1981-

Anual

ISSN 0212-4130

1. Filología-publicaciones periódicas I. Universidad de La Laguna. Servicio de Publicaciones 801 (05)

INFORMACIÓN GENERAL

La Revista de Filología de la Universidad de La Laguna acepta contribuciones inéditas y originales en cualquier rama de los estudios lingüísticos y literarios, escritas en español, inglés, francés y alemán. Está indexada, catalogada o repertoriada en las siguientes bases de datos: COMPLUDOC, DIALNET, DICE (CSIC), ERCE, Google Académico, Google Scholars Metrics, Instituto de Verbología Hispánica, Directorio y Sumario de Revistas del ISOC (CSIC), LATINDEX, LLBA, MIAR, MLA Directory of Periodicals, MLA International Bibliography, RESH (CSIC), SUMARIS (CBUC), Ulrich's International Periodicals Directory, ZDB Catálogo colectivo, estando pendiente su inclusión en otros directorios.

Se publica en un volumen anual y el plazo de entrega de originales termina el día 30 de septiembre de cada año. Los trabajos no pueden exceder los 45.000 caracteres con espacio, y deben incluir un resumen en español y otro en inglés, de un máximo de 800 caracteres cada uno, así como las palabras clave (máximo de 5) en los mismos idiomas. Para las recensiones y notas, se recomienda un máximo de 10.000 caracteres. Para más detalles, véanse las normas editoriales que figuran al final del volumen y en la página web de *RFULL*: <http://publica.webs.ull.es/publicaciones/lista-volumenes/filologia/> y en <http://webpages.ull.es/users/rfull>. Los textos se presentarán en formato Microsoft Word y se deberán enviar en archivo adjunto a rfull@ull.es. Los originales deben remitirse a:

Revista de Filología
Facultad de Filología-Universidad de La Laguna
Campus de Guajara, s/n
38071 La Laguna (Tenerife, España)

Los trabajos recibidos serán evaluados por especialistas en cada materia y la aceptación o no de las contribuciones se comunicará a sus autores en los meses de diciembre y enero. Se recomienda también que los textos vayan precedidos de una página que contenga el nombre del autor o autores, dirección completa, teléfono y correo electrónico. Para más información sobre contribuciones, números publicados y otras referencias adicionales, se puede consultar la página web de *RFULL*. La correspondencia relativa a intercambios, venta de ejemplares, etc., debe dirigirse a:

Servicio de Publicaciones
Universidad de La Laguna
Campus Central
38200 La Laguna (Tenerife, España)

© Los trabajos publicados en la *Revista de Filología de la Universidad de La Laguna* son propiedad de sus respectivos autores, quienes conceden a la revista el derecho de primera publicación. Se permite el uso para fines docentes e investigadores de los textos, datos e informaciones contenidos en la misma. Se exige, sin embargo, permiso de los autores para publicarlas en cualquier otro soporte o para utilizarlas, distribuirlas o incluirlas en otros contextos accesibles a tercera personas. En todo caso, es necesario citar la procedencia en cualquier reproducción parcial o total.

SUMARIO/CONTENTS

SECCIÓN MONOGRÁFICA: (DES)CORTESÍA, IMAGEN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN /
SPECIAL ISSUE: (Im)politeness, face, and mass media

Presentación / Foreword <i>Javier Medina López</i>	9
Factores condicionantes en la producción y recepción de la descortesía en un <i>reality show</i> . Una aproximación variacionista / Conditioning factors in the production and reception of impoliteness in a reality show. A variationist approach <i>José Luis Blas Arroyo</i>	17
«Si la burguesía volviera a ganar, Venezuela se volvería a hundir»: la hipoteticalidad como estrategia en el discurso político / «If the bourgeoisie ended up as a winner again, Venezuela would sink again»: hypotheticality as a strategy in political discourse <i>Adriana Bolívar</i>	45
La imagen del político en los medios de comunicación. Identificación y análisis de las estrategias (des)corteses utilizadas en la entrevista televisiva no acomodaticia / Politician's face in the media. Identification and analysis of (im)polite strategies used in not accommodative tv interview <i>Ester Brenes Peña</i>	63
Creatividad léxica y descortesía en los medios de comunicación virtual / Lexical creativity and impoliteness in social networking <i>Juan Carlos Díaz Pérez</i>	81
<i>Salvados</i> por la cortesía estratégica / <i>Salvados</i> by politeness strategies <i>Catalina Fuentes Rodríguez</i>	99
Actividades de imagen en la comunicación mediática de medidas políticas contra la crisis: el copago sanitario / Facework in the political communication to the media of measures against the economic crisis. The announcement of prescription charges <i>Nieves Hernández Flores y M.ª Elena Gómez Sánchez</i>	125

La descortesía verbal en el contexto político-ideológico de las redes sociales / Verbal impoliteness in the political-ideological context of social networks <i>Silvia Kaul de Marlangeon y Ariel Cordisco</i>	145
Cortesía en 140 caracteres: interacciones en twitter entre periodistas y <i>prosumidores</i> / Politeness in 140 characters: interactions between journalists and <i>prosumers</i> in Twitter <i>Ana Mancera Rueda</i>	163
La estrategia persuasiva a través de la interrogación en el editorial periodístico / Interrogation as a persuasive strategy in editorials <i>Javier Medina López</i>	181
MISCELÁNEA / MISCELLANY	
De isla a continente: la conectividad en la poesía de Ana María Fagundo / From the island to the continent: the connectivity in the poetry of Ana María Fagundo <i>Maria Elena Bravo Guerreira</i>	199
Voces y frases relacionadas con Flandes en el <i>Diccionario de Autoridades</i> / Words and phrases related to Flanders in the <i>Diccionario de Autoridades</i> <i>Beatriz Gómez-Pablos</i>	209
Le «double» principe d'idiomaticité en traduction littéraire / The «double» idiomaticity principle in literary translation <i>M.ª Isabel González Rey</i>	227
La modalidad paratextual. Teorías y aplicaciones narratológicas en la confección del libro de bolsillo / The paratextual mode. Narratological theories and applications in the making of the paperback <i>Juan Jesús Sánchez Ortega</i>	245
RECENSIONES / REVIEWS	
Sara Robles Ávila y Jesús Sánchez Lobato (coords.), <i>Teoría y práctica de la enseñanza-aprendizaje del español para fines específicos</i> , ROSARIO GONZÁLEZ PÉREZ.....	265
Francisco Juan Quevedo García, <i>Regreso a La isla y los demonios de Carmen Laforet</i> , MÓNICA MARÍA MARTÍNEZ SARIEGO	268

SECCIÓN MONOGRÁFICA:
(DES)CORTESÍA, IMAGEN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

PRESENTACIÓN

El conjunto de artículos que aparece en el monográfico «(Des)cortesía, imagen y medios de comunicación» responde al creciente interés que en los últimos años ha despertado el uso del lenguaje en el mundo de la comunicación y de los nuevos hábitos surgidos al amparo de las redes sociales (*vid.*, por ejemplo, Martínez Pasamar 2010; Fuentes Rodríguez *et al.* 2011, 2013a y 2013b). Y esto supone, como aquí se demuestra, ofrecer distintos métodos de análisis que ponen de manifiesto cuáles son los rasgos que funcionan en cada proceso interactivo, resaltando, por tanto, todo aquello que está más inclinado hacia la vertiente social del lenguaje como la que tiene que ver con los patrones más lingüísticos. Los nueve artículos ponen de relieve, en este sentido, que los fenómenos contemplados no pueden ser analizados sin la necesaria imbricación, una vez más, de lo que de social tiene la lengua y de cómo esta manifiesta, asimismo, el reflejo de la estructura social en la que se desenvuelve.

Los *mass media* actuales juegan un papel determinante en numerosos ámbitos de las relaciones sociales, ideológicas, políticas, culturales, económicas, etc. En estos trabajos que aquí se comprendían, se analizan distintos temas relacionados, todos ellos, con cuestiones fundamentales que tienen que ver con la construcción de la imagen (*face*, según la inicial propuesta de Goffman 1955 [1967]) no solo en la relación cara a cara (*face-to-face*), sino particularmente la que se elabora a través de actividades de imagen (*face-work*, Goffman 1967: 15-23) en innumerables situaciones interaccionales que, como en el caso presente, se ciñen a los medios de comunicación: televisión, Internet, *Twitter*, *Facebook*, prensa escrita, discurso político... Años después de que Goffman propusiera su visión sobre la interacción social (*Social Interaction*), el desarrollo de la pragmalingüística se fue consolidando cada vez más, especialmente de la mano de los trabajos clásicos de Searle (1969) y Grice (1975). En este contexto, el estudio de la cortesía (positiva y negativa) adquirió un gran protagonismo, sobre todo con la publicación de la obra de Brown y Levinson (1978 [1987]), que dio lugar a toda una corriente teórica (se consideró que la cortesía es un universal lingüístico) y metodológica (su aplicación se llevó a cabo en numerosas lenguas y culturas del mundo). Sin embargo, el propio desarrollo de la teoría (la más seguida y popular de todas las referidas a la *politeness*) también generó controversias y discrepancias, que han hecho que la visión etnocentrista (enfocada más hacia el individuo) haya sido



superada por el establecimiento de nuevas revisiones¹ y puntos de vista que introducen, por ejemplo, el componente sociocultural en el tratamiento de la (des)cortesía. Esto es lo que ha ocurrido con la propuesta, ya en el ámbito hispánico, hecha por Bravo (1999 y 2004, entre otros) y sus conocidas categorías de *autonomía* y *afiliación*². Como una deriva irremediable del inicial punto de vista sobre la cortesía, ha ido poco a poco ganando terreno la vertiente contraria: los estudios sobre descortesía y, en general, de todos aquellos mecanismos que suponen un ataque hacia la imagen en el contexto social y cultural en el que esta se erige.

Escribía Haverkate (1994: 9-10) que con la publicación de la obra de Brown y Levinson (a la que calificaba de *opus magnum*) los estudios de cortesía habían adquirido un desarrollo espectacular en numerosas lenguas del mundo. Sin embargo, para el caso de la lengua española³ la atención prestada era prácticamente inexistente en aquellos años, lo que le llevó a afirmar que la teoría de la cortesía «parece ajena al mundo del hispanismo». Hoy podemos decir que veinte años después de escritas estas palabras, la preocupación por estos aspectos del lenguaje es una constante en la investigación del español. Estas páginas son una muestra que pretende dar cobertura a ambos lados del Atlántico; aunque como podrá colegirse, por la mayoría de los temas tratados, las barreras en la información han dejado de existir, convirtiéndonos en un mundo global de la comunicación y, por ende, de las relaciones humanas.

En la lectura de los siguientes estudios se observará que la imagen es tratada desde diferentes planos y métodos en los que se advierten las estrategias pragmalíngüísticas para (re)construir la misma, ya que si aquella se ve dañada o amenazada los hablantes tienden a reponerla (Bernal 2005: 370) mediante todo un conjunto de actividades que implican el comportamiento social y lingüístico.

El artículo de Blas Arroyo analiza la descortesía televisiva de un programa de «telerealidad» e incluye datos de otros de gran audiencia mediática. El autor cuestiona si los mecanismos de descortesía y la agresión a la imagen suponen un auténtico mecanismo descortés frente a su aparición en la interacción «más natural», fuera del ámbito televisivo y no sujeta a la presión de las audiencias, el puro entretenimiento y, en general, lo que supone el *show business* de cualquier cadena de televisión. Blas Arroyo analizó estos aspectos por parte de un grupo de cincuenta estudiantes universitarios que opinaban sobre las estrategias descorteses mostradas a través de unos cuestionarios. El tratamiento metodológico de los datos (segunda parte del trabajo) se llevó a cabo con el programa estadístico SPSS 18.0. Se advierte cómo los prota-

¹ Una teoría que también rompe con el modelo de estos autores es la que encabezan WATTS, IDE y ELICH (1992) a través del llamado «paradigma postmoderna», en el que la cortesía es entendida como un mecanismo que se va negociando en la interacción social. Cf. BRENES PEÑA (2011: 26).

² El seguimiento de estos puntos de vista puede rastrearse con claridad, entre otros foros y publicaciones, en los coloquios (regionales y nacionales) del Programa EDICE (Estudios sobre el Discurso de la Cortesía en Español), dirigido por Diana Bravo desde la Universidad de Estocolmo. URL: <http://edice.org/>

³ Se considera a HAVERKATE (1994) uno de los autores pioneros en la introducción y adaptación de las teorías sobre la cortesía verbal en español.

gonistas buscan sobre todo proteger su imagen personal y por ello utilizan todas la armas descorteses a su alcance. Se destaca el rol de los interlocutores y se concluye la existencia de diferencias en los niveles de descortesía entre los programas televisivos en función del lugar que ocupa aquella (turnos de palabra o iniciativos).

La profesora Adriana Bolívar muestra cómo la *hipoteticalidad* fue un recurso empleado en beneficio de la imagen personal y presidencial de Hugo Chávez Frías durante la contienda política electoral de Venezuela, frente al opositor Henrique Capriles Rodonski. Lo «hipotético» de la gestión, en caso de llegar al poder, es una herramienta combativa que aparece en el discurso político-ideológico venezolano y que se convierte en una fuente de amenaza. Esta estrategia favoreció al fallecido presidente Chávez ya que presentó como imagen perniciosa para Venezuela al oponente Capriles, pues su llegada supondría una «desestabilización» para el país. En la gestación y configuración de la imagen hipotética del juego de poder, la prensa ha desempeñado una gran labor en tanto en cuanto ha contribuido al diálogo político y a la construcción de espacios de discusión y a la aceptación de discursos adaptados a los contextos endógenos y exógenos según la posición ideológica de cada medio (van Dijk 2005: 30; Blas Arroyo 2011; Medina López 2013a). El estudio de Bolívar sigue la línea que ella misma ha tratado en otros trabajos sobre el análisis discursivo de la política venezolana y revela cuál fue el comportamiento de la prensa ante los mensajes basados en la *hipoteticalidad* y qué formas lingüísticas se emplearon. Se trataba, una vez más, de influir ideológicamente en los lectores. Esto lleva a que se tengan en cuenta tres planos: el social, el lingüístico y el discursivo, lo que implica también tres dimensiones: la ideológica, la lingüística y la interaccional. El corpus de Bolívar consideró 65 noticias que contenían rasgos lingüísticos de *hipoteticalidad* en las intervenciones chavistas, lo que implicó identificar elementos léxicos y distintas funciones pragmático-discursivas de las que se da cuenta en esta investigación.

Una vez más son la televisión y el género de la entrevista los que centran la atención de Brenes Peña, siguiendo con sus estudios sobre los medios de comunicación, tal y como ha hecho en otras ocasiones (Brenes Peña 2011). Y es también la gestión de la *face* social la que se analiza desde una doble perspectiva: por un lado cómo para conseguir información el entrevistador intenta degradar la imagen del invitado y, por otro, cómo este trata de salvaguardar su imagen ante el ataque del entrevistador. Estamos ante un formato relativamente nuevo reconocido como «noticia de confrontación» (*news as confrontation*). Una suerte de pugna discursiva entre presentador y entrevistado en la que se recurre a la lucha dialéctica o a la confrontación verbal para lograr el rédito informativo de la noticia, aunque ello suponga una degradación de la imagen y un intento de restauración de la misma (Benoit 1995). Se observa que la figura del rol que cada uno desempeña en el medio de comunicación queda determinada por la puesta en escena mediática y por el discurso empleado. En cuanto a la metodología, se analizan 12 entrevistas televisivas siguiendo los postulados teórico-metodológicos de la lingüística pragmática (Fuentes Rodríguez 2000). Se propone distinguir en el complejo concepto de *face* (Goffman 1955 [1967]) entre la imagen del grupo y la imagen individual, lo que llevado al terreno de la política algunos autores prefieren hablar de *imagen social, identidad* y *rol* desempeñado en un momento dado durante la interacción.

Las formas de expresión digitales han supuesto toda una nueva concepción de las relaciones entre emisor/receptor y de los mecanismos lingüísticos que manifiestan ese vínculo. El trabajo de Díaz Pérez pone el énfasis en el hecho de que las redes sociales, las cuentas personales como *Twitter* o *Facebook* —al igual que algunos programas de televisión y pseudotertulias de enfoque político, social o los llamados *realities*— tienen como elemento común el hecho de marcar estrategias hostiles; es decir, descorteses y en ocasiones de clara fustigación (Kaul de Marlangeon 2005). En toda esta producción discursiva, se observa también que algunos emisores utilizan a conciencia una imagen provocadora o negativa con el objetivo de crear una nueva apariencia mediática que supone un claro ejemplo de anticortesía como finalidad estratégica (Briz 2013: 99). Aquí, como señala Díaz Pérez, el insulto se convierte en una herramienta de primer orden como objetivo instrumental. Estamos ante una estrategia grupal que caracteriza e identifica al grupo frente a los otros, además de constituir un rasgo más del entretenimiento mediático. El lenguaje y las distintas formas comunicativas se sirven de recursos lingüísticos que manifiestan diferentes planos de la interacción, tales como el sentido del humor, el juego de palabras, la expresión hostil, etc., elementos todos que configuran una especial dimensión en la red social *Twitter*, entre otras.

El estudio de la entrevista tiene también en Fuentes Rodríguez un análisis que aborda el rol del entrevistador como un mecanismo que refuerza la identidad profesional del mismo siguiendo —(*vid.* Brenes Peña en este mismo volumen)— la evolución que ha experimentado este formato televisivo. La aportación de Fuentes Rodríguez se centra en el programa-entrevista de televisión «*Salvados*». Se recalca el estilo personal del periodista, lo que le lleva a plantear sus relaciones con el entrevistado como de acontecimientos muy mediáticos, ideológicos y con una gran rentabilidad en cuanto al tratamiento de las imágenes televisivas. Por eso la forma que resalta la autora en «*Salvados*» es que el uso de lo coloquial en la entrevista busca mostrar una pseudoconversación que desdibuja los tradicionales límites entre lo personal y lo público. Otra vez nos encontramos con el tratamiento de la imagen grupal frente a la individual en la búsqueda de una rentabilidad mediática, con lo cual estamos ante la creación y (re)construcción de la autoimagen que se desea proyectar y que se percibe como espectador. La información obtenida por el presentador de «*Salvados*» se ve reflejada en los distintos mecanismos lingüísticos que se analizan: proximidad a lo coloquial y cotidiano, estrategias interactivas para lograr más información, aparentes situaciones de (des)cortesía estratégica, búsqueda de empatía y emoción con el entrevistado, etc.

Las actividades de imagen (la estrategia de salvar la imagen personal frente a la exposición de motivos y noticias impopulares por parte del gobierno español) se constituyen en el motivo de investigación de Hernández Flores y Gómez Sánchez. Se aborda un tipo de discurso poco analizado como es la rueda de prensa y los recursos que se utilizan para proponer medidas impopulares con el menor coste en términos de degradación de la imagen personal (la de la propia ministra española de Sanidad) y la grupal (la del gobierno del Partido Popular). Las formas lingüísticas empleadas ponen de relieve cómo la mitigación llevada a cabo echa mano de la deixis personal y de los eufemismos. De esa manera se pretende que el mensaje en el discurso político

llegue argumentado como para que la población comprenda la necesidad de lo que se propone y la medida, por tanto, del recorte. Se aborda en el acercamiento discursivo el subgénero de la rueda de prensa política dentro del concepto recurrido por las autoras de «espacio discursivo», según la propuesta de Zupnik (1994).

Kaul de Marlangeon y Cordisco analizan las estrategias de descortesía en dos de las redes sociales más populares, *Twitter* y *Facebook*, en el ámbito del lenguaje político-ideológico de la Argentina. La base teórica que sustenta el estudio está enmarcada en la propuesta de un análisis de carácter discursivo con enfoque sociocultural (Bravo y Briz 2004). Internet se muestra aquí, una vez más, como un territorio proclive al uso de mecanismos de agresión verbal y ataques a la imagen de personas e instituciones. Esto implica la aparición de la descortesía en toda su amplia y compleja dimensión (estratégica, lúdica, grupal, ideológica, etc.), en la que destaca la propuesta de imagen de Kaul de Marlangeon (2005) de *afiliación exacerbada y refractariedad*. Desde el punto de vista metodológico, los autores nos ofrecen un amplio repertorio de expresiones y comentarios extraídos del español argentino. El estudio plantea la manifestación de una auténtica actividad político-ideológica de carácter evaluativo.

Desde la perspectiva española, Mancera Rueda analiza las interacciones de algunos periodistas a través de la red social *Twitter*. Para ello se centra en las estrategias llevadas a cabo por los denominados *prosumidores* (<productores + consumidores), una doble faceta que han generado las nuevas formas de comunicación social. La autora destaca el cada vez más creciente uso de los 140 caracteres de *Twitter* y cómo este ha logrado alterar los hábitos del periodista tradicional, pues se trata de una herramienta que retroalimenta la información día a día y se constituye, en este sentido, en un poderoso mecanismo de trabajo imprescindible hoy en el discurso político y social, entre otros sectores (*microblogging*), tan de moda en la Web 2.0. Esto favorece la interacción y colaboración entre los productores de contenido en una comunidad virtual. Todo ello facilita la dinamización de la información, al contrario que otras webs que se muestran más estáticas. La inmediatez del mensaje y la recepción del mismo son dos características del comportamiento del canal comunicativo: siempre se encuentra abierto, lo que provoca que entre periodista y lector (*tuitero*) la imagen del primero se vea reforzada, casi siempre, al estar dispuesto a colaborar en la duda, aclaración, matización, disculpa, reproche, etc., de cualquier acto o acontecimiento de actualidad. La autora aborda también dos importantes aspectos presentes en este tipo de mensajes: el papel que juega la prosodia y cómo se ve reflejada a través de los rasgos ortotipográficos que pretenden mostrar la parte emocional y actitudinal hacia la interpretación cabal de un enunciado y los aspectos vinculados a la economía lingüística («decir» en 140 caracteres).

El último de los trabajos ofrece un análisis basado en un corpus editorial del periódico tenerfeño *El Día*. En el mismo se pone de manifiesto cómo en los editoriales de esta empresa de comunicación las estructuras interrogativas tienen una clara finalidad argumentativa y persuasiva. Se trata de un recurso expresivo que está ligado a la intencionalidad persuasiva con fines ideológicos, de tal manera que la enunciación de la pregunta (en la mayoría de las ocasiones retóricas o cuya respuesta ya viene implícita en el propio cuestionamiento) está siempre al servicio

del tipo de editorial combativo y frecuentemente descortés (Medina López 2013b). El medio —como ha señalado van Dijk en varios trabajos (1989, 1995 y 2005)— genera sus propios textos con carácter endógeno para favorecer sus presupuestos ideológicos, recurriendo para ello a diversas estrategias descorteses que deterioran la imagen individual (políticos y periodistas, por ejemplo) y la colectiva (instituciones, partidos políticos, etc.).

No quiero finalizar esta breve presentación sin antes agradecer a los autores la positiva y rápida respuesta para colaborar en este monográfico dentro de la *Revisita de Filología*. Sé que muchos más podrían haberse incluido en esta nómina, pero razones de espacio han impedido contar con más especialistas. La invitación para que coordinara este número se debe a la generosa propuesta hecha en su día por la directora de la revista, la profesora Carmen Díaz Alayón. Muestro aquí mi satisfacción —en nombre de todos los colaboradores y en el mío propio— por permitirnos ofrecer una parte del estado actual sobre la investigación relacionada con el español en los medios de comunicación en el marco de los estudios de (des)cortesía e imagen.

Javier MEDINA LÓPEZ

BIBLIOGRAFÍA

- BENOIT, William L. (1995): *Accounts, Excuse and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies*, Albany: State University of New York Press.
- BERNAL, María (2005): «Hacia una categorización sociopragmática de la cortesía, la descortesía y la anticortesía», en Diana BRAVO (ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español: categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, Estocolmo-Buenos Aires: DUNKEN, 365-398.
- BLAS ARROYO, José Luis (2011): *Políticos en conflicto: una aproximación pragmática-discursiva al debate electoral cara a cara*, Bern: Peter Lang.
- BRAVO, Diana (1999): «¿Imagen ‘positiva’ vs. imagen ‘negativa’? Pragmática sociocultural y componentes de face», *Oralia* 2: 155-184.
- BRAVO, Diana (2004): «Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías de la cortesía», en Diana BRAVO y Antonio BRIZ (eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel Lingüística, 15-37.
- BRAVO, Diana y Antonio BRIZ (eds.) (2004): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel Lingüística.
- BRENES PEÑA, Ester (2011): *Descortesía verbal y tertulia televisiva. Análisis pragmalingüístico*, Bern: Peter Lang.
- BRIZ, Antonio (2013): «Variación pragmática y coloquialización estratégica. El caso de algunos géneros televisivos españoles (la tertulia)», en Catalina FUENTES RODRÍGUEZ (coord.), *(Des)cortesía para el espectáculo: estudios de pragmática variacionista*, Madrid: Arco/Libros, 89-125.

- BROWN, Penelope y Stephen LEVINSON ([1978] 1987): *Politeness: Some universals in language usage*, Cambridge: Cambridge University Press.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (2000): *Lingüística pragmática y Análisis del Discurso*, Madrid: Arco/Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (coord.) (2013a): *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: Arco/Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (coord.) (2013b): *(Des)cortesía para el espectáculo: estudios de pragmática variacionista*, Madrid: Arco/Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina, Esperanza ALCALDE LARA y Ester BRENES PEÑA (eds.) (2011): *Approximaciones a la (des)cortesía verbal en español*, Bern: Peter Lang.
- GOFFMAN, Erving (1955): «On face-work: An Analysis of Ritual Elements of Social Interaction», *Psychiatry: Journal for the Study of Interpersonal Processes* 18 (3): 213-231. [Reedit. en *Interaction ritual. Essays on face-to-face behavior*. Nueva York: Doubleday Anchor Books, 1967, 5-45].
- GRICE, H. P. (1975): «Logic and conversation», en P. COLE y J. L. MORGAN (eds.), *Syntax and semantics 3: Speech acts*, New York: Academic Press, 41-59.
- HAVERKATE, Henk (1994): *La cortesía verbal. Estudio pragmalingüístico*, Gredos: Madrid.
- KAUL DE MARLANGEON, Silvia (2005): «Descortesía de fustigación por afiliación exacerbada o refractariedad», en Diana BRAVO (ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español: categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, Buenos Aires: Dunker-Programa EDICE, 299-318.
- MARTÍNEZ PASAMAR, Concepción (ed.) (2010): *Estrategias argumentativas en el discurso periodístico*, Frankfurt am Main: Peter Lang.
- MEDINA LÓPEZ, Javier (2013a): «La (re)construcción de la imagen y la cortesía ideológica: el perdón real y su efecto periodístico en España», trabajo presentado en el *VI Coloquio Internacional del Programa EDICE. «Avances para una discusión sobre las actividades de imagen en discursos en español»*, 30 de septiembre-4 de octubre, Universidad de Nuevo León (Monterrey), México (en consideración).
- MEDINA LÓPEZ, Javier (2013b): «Modelos de (des)cortesía verbal en la prensa española: el caso de *El Día* (Tenerife)», *RILCE. Revista de Filología Hispánica*, 29 (2): 365-388.
- SEARLE, J. R. (1969): *Speech Acts. An essay in the philosophy of language*, Cambridge: Cambridge University Press.
- VAN DIJK, Teun A. (1989): «Structures of Discourse and Structure of Power», en J. A. ANDERSON (ed.), *Communication Yearbook 12*, New Park, CA: Sage, 18-59.
- VAN DIJK, Teun A. (1995): «Power and the News Media», en D. PALETZ (ed.), *Political Communication and Action*, Cresskill, NJ: Hampton Press, 9-36.
- VAN DIJK, Teun A. (2005): «Política, ideología y discurso», *Quórum Académico* 2 (2): 15-47.
- WATTS, Richard J., SACHIKO Ide y Konrad EHЛИCH (1992): *Politeness in Language: Studies in its History, Theory and Practice*, Berlín: Mouton de Gruyter.
- ZUPNIK, Yael-Janette (1994): «A pragmatic analysis of the use of person deixis in political discourse», *Journal of Pragmatics* 21: 339-283.

FACTORES CONDICIONANTES EN LA PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN DE LA DESCORTESÍA EN UN *REALITY SHOW*. UNA APROXIMACIÓN VARIACIONISTA¹

José Luis Blas Arroyo
Universitat Jaume I

RESUMEN

Desde una perspectiva ecléctica, en la que se combinan los principios y métodos de la socio-pragmática y el variacionismo lingüístico, en el trabajo se analizan los factores que justifican algunas diferencias relevantes entre la descortesía que despliegan los participantes en un programa actual de telerrealidad mediática, *Mujeres, hombres y viceversa* (HMYV), y otros concursos televisivos (*Operación Triunfo*) en los que median importantes diferencias en el eje del poder. Frente a estos últimos, por ejemplo, en HMYV una proporción nada desdeneable de la descortesía se acumula en los turnos de réplica, donde aquellos que previamente se han visto ofendidos propinan a su vez toda suerte de agresiones a sus críticos, dejando de lado otro tipo de respuestas meramente defensivas o justificativas, más habituales en otros programas. Por otro lado, este perfil variacionista está también íntimamente asociado a los roles desempeñados por los diferentes protagonistas del concurso, con los *ganchos* como principales arietes de la descortesía más descarnada, al tiempo que *tronistas y pretendientes* dedican más tiempo a defenderse de las críticas recibidas, aunque su potencial ofensivo sea también muy elevado. Complementariamente, el estudio se completa con un análisis de la recepción de esta descortesía entre una muestra de cincuenta jueces representativos de diferentes sexos, edades y lugares de procedencia, con diferencias significativas entre algunos de los subgrupos formados. Entre las principales conclusiones de este estudio destaca el descubrimiento de una cierta contradicción entre las opiniones de los jueces cuando enjuician el papel de agresores y agredidos —para la mayoría existen motivos sobrados para la ofensa— y el grado de implicación personal ante esas agresiones, lo que revela la existencia de complejas relaciones en el seguimiento de estos programas de entretenimiento por parte de los espectadores, mayoritariamente mujeres jóvenes.

PALABRAS CLAVE: producción/recepción de la descortesía, telerrealidad, aproximación variacionista, sociolingüística interaccional, España.

ABSTRACT

Taking advantage of the interactional sociolinguistics and the variationist analytical tools, the paper analyzes the differences about the factors conditioning the production and reception of impoliteness displayed by the main participants in a current Spanish reality contest, *Mujeres*,

hombres y viceversa (HMYV), and other TV shows in which significant differences among participants in the power axis are the norm. Unlike the latter, for instance, impoliteness in HMYV is mostly concentrated not in the initiative moves but in the counter ones, where those who have been previously offended inflict all sorts of attacks to his/her critics, ignoring other purely defensive responses, more usual in other TV contests. Furthermore, the variationist profile of this impoliteness is also intimately associated to the roles played by diverse actors in the program, with *ganchos* as the main protagonist of impoliteness, while *tronistas* and *pretendientes* devote more time to defend him/herself off the criticism, although their offensive weapons are also very high, much more than in other realities. Additionally, the study is completed with an analysis of the reception of this impoliteness from the audience, in this case a sample of fifty judges of different sexes, ages and local origins, among which some significant differences are founded. Among the main findings of this reception study highlights the discovery of a certain contradiction among the opinions of the judges when they evaluate the role of aggressors and victims -for most of the audience members, there are good reasons for the offense-, and the degree of personal involvement about these attacks. This contradiction evidences the complexity of the monitoring of these entertainment programs from TV spectators, especially young women at present in Spain.

KEYWORDS: Production/reception of impoliteness, reality tv, variationist approach, interactional sociolinguistics, Spain.

1. INTRODUCCIÓN

Tras décadas de atención casi monográfica al polo más armónico de las relaciones interaccionales, en los estudios recientes sobre la (des)cortesía se ha desatado un verdadero interés por ciertos tipos de discurso en los que la actividad verbal esperable por parte de los participantes es la agresividad verbal y el conflicto. Así ocurre, por ejemplo, con los debates políticos en sede parlamentaria y electoral (Martín Rojo, 2000; Fernández, 2000; Harris, 2001; Pérez de Ayala, 2001; Bolívar, 2005; Blas Arroyo, 2011), los programas de entrenamiento militar (Culpeper, 1996; Bousfield, 2008) o las entrevistas (Piirainen-Marsh, 2005; Fuentes, 2006; Brenes, 2013), por mencionar solo algunos de los géneros discursivos más conocidos y estudiados en la bibliografía. En este contexto, en los últimos años se ha despertado también un interés creciente por el análisis de diversos géneros mediáticos, principalmente televisivos, un medio en el que, sin embargo, tales comportamientos han estado tradicionalmente vetados. Claro está que en otros tiempos —no tan lejanos— era difícil encontrar la sobreabundancia de programas, como los que analizaremos en estas páginas, en los que las conductas ofensivas, la búsqueda del conflicto interpersonal, las interrup-

¹ El presente trabajo es la versión corregida y aumentada en español de un artículo publicado previamente en inglés bajo el título «No eres inteligente ni para tener amigos... Pues anda que tú»: A quantitative analysis of the production and reception of impoliteness in present Spanish reality television», en N. LORENZO-DUS y P. GARCÉS-CONEJOS BLIVITCH (eds.): *Real Talk. Reality Television and Discourse Analysis in Action*, Hounds-mill UK: Palgrave-Macmillan, 2013, 218-244.

ciones y gritos hacia otros participantes, y demás actuaciones provocadoras, se han convertido en práctica cotidiana. Junto a tertulias, talkshows y pseudodebates de todo tipo (Grindstaff, 2002; Patrona, 2006; Brenes, 2007; Lorenzo-Dus, 2007, 2009a; Hutchby, 2008; Garcés Conejos-Blitvich, 2009, 2013; Garcés Conejos-Blitvich, Bou y Lorenzo-Dus, 2010; Fuentes (coord.), 2013), los investigadores han encontrado también un importante filón en los programas de telerrealidad (Culpeper, Bousfield y Wichmann, 2003; Culpeper, 2005; Lorenzo-Dus, 2009b; Blas Arroyo, 2010a y b).

Entre los temas más debatidos en el análisis de esta descortesía mediática figura el debate acerca de la propia esencia de este principio interaccional en programas en los que, por encima de todo, priman el entretenimiento y los intereses comerciales de las cadenas de televisión. De este modo, no es de extrañar que algunos investigadores hayan planteado serias dudas acerca de la realidad de esta descortesía (Montgomery 1999, Harris 2001, Mills, 2002, Watts, 2003). ¿Son realmente descorteses las secuencias de conflicto descarnado en muchos de estos programas? ¿Coinciden estos comportamientos con los que son observables en la vida cotidiana, fuera de los focos de televisión? Más aún, ¿interpretan sus protagonistas las agresiones verbales —y no verbales— recibidas como un atentado contra su imagen personal? ¿Y qué decir de la audiencia? ¿Ven las cosas con la misma distancia con que las enjuician los «expertos» desde fuera? Y, por lo demás, ¿es esta interpretación monolítica, o, por el contrario, cabe ver diferencias significativas entre individuos y grupos sociales diversos?

Hasta tiempos bien recientes, no han proliferado, precisamente, los estudios empíricos que fueran más allá de las apreciaciones del analista, por intuitivas y atinadas que estas puedan ser. Tanto la ausencia de una óptica cuantitativa, que permita avalar o refutar las impresiones del investigador (Blas Arroyo, 2001, 2003; Lorenzo-Dus, 2009; Garcés-Conejos Blitvich, 2010), como la escasez de trabajos sobre el plano de la recepción de la descortesía por parte de la audiencia (Eelen, 2001; Locher y Watts, 2008; Lorenzo-Dus, 2009b; Garcés Conejos-Blitvich, Bou y Lorenzo-Dus, 2010; Lorenzo-Dus, Garcés Conejos- Blitvich y Bou, 2011) representan puntos débiles en esta línea de investigación. Por otro lado, buena parte de los trabajos publicados hasta la fecha en el estudio de los *realities* se ha detenido en formatos en los que existen importantes diferencias entre los protagonistas en el eje del poder y la distancia social (Culpeper, 1996, 2005; Bousfield, 2008; Brenes, 2009; Lorenzo-Dus, 2009b; Blas Arroyo, 2010a). Ello hace que, en la mayoría de las ocasiones, la descortesía tenga un carácter básicamente unidireccional, en el que prácticamente se neutraliza la posibilidad de un verdadero conflicto, dado que quien recibe la ofensa está escasamente capacitado para defenderse, y no digamos para atacar a su ofensor. Ahora bien, ¿qué ocurre en otros programas en los que tales distancias aparecen mucho más diluidas?

En el presente trabajo pretendemos dar respuesta a este interrogante mediante el análisis de un reality español que ha alcanzado un notable éxito de audiencia en los últimos años, especialmente entre el público juvenil: *Mujeres, hombres y viceversa* (MHYV).

El artículo se estructura de la siguiente manera. Tras la descripción de las líneas maestras del programa televisivo, en el apartado siguiente daremos cuenta de los principales aspectos metodológicos (corpus y herramientas estadísticas), así

como de los factores que consideramos en cada uno de los dos análisis en que se divide el trabajo:

- a) Producción de la descortesía (PD), a cargo del analista, y sobre la base de la actuación de los protagonistas del concurso; y
- b) Recepción de la descortesía (RD), a partir de las impresiones apuntadas en un cuestionario por una audiencia integrada por cincuenta personas, de diferentes sexos, edad y procedencia. En este segundo estudio incluiremos también muestras de un segundo concurso español (*Operación Triunfo*), analizado ya por nosotros con anterioridad para otros menesteres (Blas Arroyo, 2010a y b), con el objeto de evaluar potenciales diferencias relacionadas con el formato y con las normas que regulan estos concursos. Por lo demás, en esta misma vena contrastiva, compararemos nuestros datos con los ofrecidos por algunos trabajos previos en las que se ha atendido también al componente cuantitativo del análisis en otras tradiciones mediáticas y culturales (Lorenzo-Dus, 2009b).

2. METODOLOGÍA Y CORPUS DE ANÁLISIS

El presente estudio se inspira en los principios y métodos de la sociopragmática y el variacionismo lingüístico, aplicados al análisis de las interacciones verbales. Como es sabido, la primera, interesada en el uso comunicativo del lenguaje en el seno de las instituciones sociales (Dascal 2003), tiene en el examen de la (des)cortesía uno de los principales ámbitos de investigación desde hace varias décadas, si bien muchos de los trabajos empíricos disponibles se han detenido en el estudio cualitativo de las interacciones, a partir, casi siempre, de las intuiciones del investigador. Así las cosas, en el intento de trascender estos límites, investigando además la potencial relevancia explicativa de diversos factores sociales e institucionales en la producción y recepción de la descortesía, enmarcamos también el estudio en el aparato metodológico del variacionista (Tagliamonte 2012).

Los datos para el estudio sobre la producción de la descortesía (PD) proceden de treinta programas del espacio *Hombres, mujeres y viceversa*, emitidos durante el mes de noviembre de 2012. MHYV es un concurso en el que diversos jóvenes de ambos性os («pretendientes») aspiran a conquistar el amor de un/a «tronista»² (dos mujeres y dos hombres en cada temporada). En esa tarea de seducción, pretendientes y tronistas llevan a cabo diversas citas fuera del programa, destinadas inicialmente a un conocimiento mejor de las parejas, y cuyos desenlaces son discutidos más tarde con todo lujo de detalles en el plató de televisión. En esta labor de análisis intervienen otros personajes, como la presentadora (Emma García), un par de «expertos» en el

² Se trata de un neologismo que alude a quien ocupa el «trono del amor».

amor³, y, de forma más esporádica, miembros del público o familiares de los concursantes que han sido invitados previamente al estudio de televisión. A esta nómina hay que añadir otros personajes, los *ganchos*, por lo general antiguos concursantes que dejaron «huella» en el programa por diferentes motivos —de ahí, probablemente, el término metafórico empleado— y que en sucesivas ediciones del concurso han pasado a enjuiciar —ya en nómina— la actuación de los nuevos participantes. Estos *ganchos* tienen un papel estelar para lo que aquí nos interesa, pues a través de sus intervenciones suelen dar comienzo muchas secuencias descorteses en el concurso. De hecho, para nuestro estudio hemos acudido a una selección de las secuencias más agresivas, previamente recopiladas por la cadena de televisión en su página de internet. El resultado son 25 vídeos, de duración variable —entre 3 y 10 minutos—, y, convenientemente transcritos y codificados de acuerdo con una serie de factores relacionados con: a) el protagonista inicial de la descortesía (nombre, rol en el programa y sexo); y b) su destinatario, y eventual continuador de dicha descortesía en sucesivos turnos (nombre, rol y sexo). A estos factores se añaden también: a) el tipo de secuencia en que surgen los enunciados descorteses; b) las estrategias utilizadas; y c) el motivo de la descortesía. Para los factores más complejos, como los tipos de secuencia o las estrategias empleadas por los participantes, la codificación fue realizada también por una segunda persona. De este modo, se eliminaron del análisis todos aquellos ejemplos en los que no hubo coincidencia entre los dos codificadores (esto afectó al 8% de los enunciados seleccionados originalmente).

Por lo que respecta al estudio sobre la recepción de la descortesía (RD), se sometieron a evaluación cuatro vídeos, tres de MHYV y uno más correspondiente al concurso televisivo *Operación Triunfo* (OT) en su última edición del año 2009. Los jueces fueron una muestra de cincuenta estudiantes universitarios de primer y tercer curso de los grados de Maestro y Humanidades de la universidad Jaume I (Castellón) respectivamente,⁴ con el objeto de comprobar la existencia de potenciales diferencias en la forma de recepción de la descortesía entre programas de telerrealidad que responden a formatos y reglas institucionales diferentes. El contenido de estos vídeos, de una duración aproximada de 2 a 3 minutos, se explica más adelante (véase 3.2).

Una vez visionado cada vídeo dos veces, se pidió a los miembros de la audiencia (previamente advertidos de que la participación era enteramente voluntaria y de que no formaba parte, en ningún caso, de la programación académica) que respondieran a una serie de preguntas acerca de:

- a) la naturaleza descortés o no de la actuación de los protagonistas («¿Crees que el primer hablante se comporta agresivamente con su interlocutor? ¿Y este último cuando contesta al primero?»)

³ A la sazón, una antigua actriz porno española (Miriam Sánchez) y su marido, el periodista *Pipi* Estrada.

⁴ Todos los miembros de la audiencia, excepto tres, estaban familiarizados con el programa, que veían con mayor o menor asiduidad, si bien esta era significativamente mayor entre las chicas.

- b) la conceptualización de ese comportamiento («¿Con qué termino(s) definirías ese comportamiento?»)
- c) el nivel de la descortesía («Si te lo ha parecido, ¿en qué medida?»)
- d) el grado en que se ven afectados los receptores («¿Crees que el interlocutor se ha sentido ofendido por el comportamiento del hablante?»)
- e) el nivel de afectación de los miembros de la audiencia en una situación potencialmente similar («Intenta ponerte en la piel del interlocutor, ¿crees que hubieras reaccionado de la misma forma en esa situación?»);
- f) la realidad o ficción de esa descortesía en un programa de entretenimiento («Aunque se trate de un programa de entretenimiento, ¿crees que los interlocutores tienen motivos para estar dolidos con quien les ha ofendido?»)

Para comprobar la posible influencia de algunos factores sociológicos entre los jueces, en el análisis se considerarán los siguientes parámetros: a) sexo (hombres y mujeres), b) edad (menores de 20 años/mayores de 25)⁵, y c) hábitat (urbano/rural)⁶.

Señalemos, por último, que para el análisis cuantitativo hemos acudido al programa SPSS 18.0, con el que, además de las medidas estadísticas habituales (frecuencias absolutas, porcentajes, promedios, etc.), y su reflejo mediante tablas de contingencia y gráficos, podemos evaluar la fiabilidad de las diferencias observadas mediante pruebas de significación, como el ji-cuadrado que emplearemos en estas páginas⁷.

3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

3.1 LA REALIZACIÓN DISCURSIVA DE LA DESCORTESÍA EN MHYV

3.1.1 *Factores que intervienen en la realización de los enunciados descorteses*

Un primer análisis de los datos muestra que la mayor parte de los enunciados que inicialmente podrían ser caracterizados como descorteses en MHYV (al menos por parte del analista en esta primera parte del estudio) surge en las respuestas de aquellos participantes que se han sentido ofendidos (N=158; 60,5%) por las intervenciones previas de sus interlocutores (N=93; 35,6%). Estas distancias frecuenciales, junto con unas cifras de «no respuesta» prácticamente anecdóticas (N=10, 3,8%), son el reflejo de profundas diferencias con respecto a otros *realities* analizados previamente en la bibliografía, en los que el desequilibrio en el eje del poder entre los participantes fuerza un comportamiento interaccional bien diferente. Así, por

⁵ Un grupo intermedio de jueces entre ambos intervalos quedó sin codificar para este factor.

⁶ En el primer caso aparecen codificados los jueces que residen en las capitales de provincia de Castellón y Valencia, y en el segundo, todos los demás.

⁷ Para facilitar la lectura del trabajo, en lo que sigue ofrecemos solo los valores p. derivados de la prueba, cuyo umbral de significación debe ser igual o menor de 0.05. Agradezco a Juan González su ayuda en el procesamiento e interpretación de los datos.

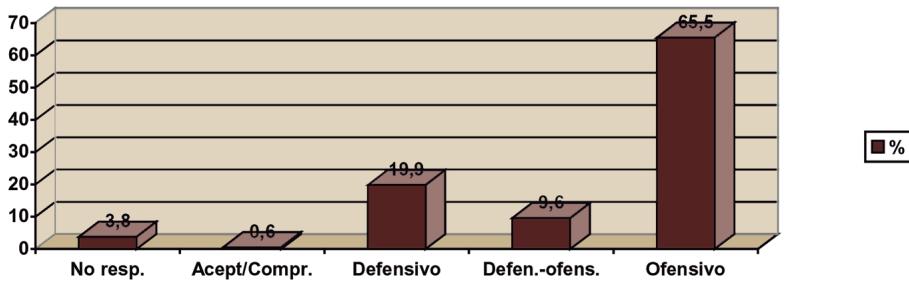


Gráfico 1. Clases de enunciados en turnos de réplica (%).

ejemplo, en programas como *Operación Triunfo* (OT) (Blas Arroyo, 2010a), donde los aspirantes a ganar un concurso musical deben ser juzgados por expertos cada noche, las posibilidades de que aquellos reaccionen a las palabras críticas —y a veces ofensivas de algunos jueces (el caso bien conocido de Risto Mejide)— se reducen drásticamente. De hecho, en las pocas ocasiones en que alguna de estas reacciones tuvo lugar de manera especialmente cruda (ver más abajo 3.2.2), los responsables del programa amonestaron de forma severa a la concursante implicada, con la amenaza de expulsarla si volvía a repetirse.

Algo diferente es el panorama descrito por Lorenzo-Dus (2009b) en su análisis del programa británico *Dragon's Den* (DD), donde diversos candidatos a empresario exponen sus ideas a cinco ejecutivos de éxito, de los que esperan obtener financiación para sus proyectos. A diferencia de la española *Operación Triunfo*, en *Dragon's Den* las posibilidades de maniobra a cargo de los concursantes son mayores, lo que no impide, por ejemplo, que en un 34% de los casos no haya directamente respuesta alguna, cifra que contrasta, como hemos visto, con las mucho más parcas de MHYV (3,8%). Ahora bien, estas diferencias son todavía más claras si analizamos el tipo de enunciados de réplica (*counter moves*) que llevan a cabo los participantes en las secuencias donde advertimos comportamientos abiertamente descorteses. Y es que, como puede observarse en el gráfico 1, una abrumadora mayoría de estos son de naturaleza ofensiva (65,5%, frente a un escaso 9,8% en DD), seguidos a mucha distancia por otros de carácter defensivo (19,9% vs. 37% en DD) y por un tercer grupo cuya esencia inicialmente defensiva contiene el germe de un ataque al interlocutor (sobre estos, véase más adelante 3.1.2) (9,6%). Por el contrario, los enunciados en que un participante acepta de algún modo los ataques recibidos se reducen a la mínima expresión en MHYV (0,6% vs. 19,5% en DD).

En resumen, nos encontramos con un reality en el que, mucho antes que justificarse ante las críticas, lo que interesa a los participantes es defender su imagen personal con todas las armas posibles, incluida la ofensa más descarnada a quien les ha agredido previamente (ver gráfico 1).

Con todo, este panorama general presenta importantes matices relacionadas con algunos de los factores institucionales y sociales analizados en el estudio. Uno de los principales es el *rol* desempeñado por los diferentes interlocutores que

TABLA 1. CLASES DE ENUNCIADOS EN FUNCIÓN
DEL ROL DE LOS PARTICIPANTES (%).

ROL	CLASES DE ENUNCIADOS									
	Sin respuesta		Aceptación		Defensivo		Defensivo/ofensivo		Ofensivo	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Gancho	3	2,9	2	1,9	9	8,7	8	7,7	2	78,8
Tronista	1	1,8	1	1,8	16	28,1	8	14	1	54,4
Pretendiente	5	6	0	0	22	26,5	9	10,8	7	56,6
Otros	0	0	0	0	3	33,4	0	0	00	66,6

participan en el programa, entre los que encontramos diferencias muy significativas (p. 0.003). Como puede apreciarse en la tabla 1, los *ganchos* dedican buena parte de sus enunciados a la ofensa (78,8%), mientras que aquellos que suponen salir en defensa propia ante las pullas de los demás son mucho más reducidos (8,7%). Por el contrario, tronistas (28,1%) y pretendientes (26,5%) invierten significativamente más espacio en defenderse, como es lógico en un concurso en el que la capacidad de reaccionar y salir airoso ante las críticas es un ingrediente esencial para triunfar en el concurso. Ahora bien, es revelador de lo que supone un programa como MHYV el hecho de que, a diferencia de otros realities, en los que la distancia social y los derechos y deberes de los participantes se hallan mucho más desequilibrados, tanto pretendientes (56,6%) como tronistas (54,4%) inviertan aquí más de la mitad de sus enunciados en atacar a quienes les han agredido anteriormente. Si a estas cifras añadimos las de otros de naturaleza híbrida, en los que se encadenan prácticamente sin solución de continuidad la defensa propia y el ataque al adversario (11% y 14% para pretendientes y tronistas respectivamente), comprobaremos que el protagonismo de la descortesía no se ve monopolizado en exclusiva por uno de los protagonistas (quien encarna la competencia profesional, y por ende, el poder), sino que de él participan activamente otros personajes.

A este respecto, muy llamativas son de nuevo las diferencias entre nuestro programa y lo observado por Lorenzo-Dus (2009b) en su análisis del programa británico *Dragon's Den*. Frente a lo que vemos en MHYV, en este concurso la actividad descortés está acaparada masivamente por los expertos (*dragons*), quienes dedican nada menos que el 94% de sus actos discursivos a la ofensa, frente a tan solo un 9,8% por parte de los concursantes (ver tabla 1).

De vuelta a MHYV, observamos también diferencias significativas relacionadas con el *sexo* de los protagonistas del concurso (p: .002). Los hombres (75,7%) llevan a cabo enunciados ofensivos en mayor medida que las mujeres (53,0%). Como contrapartida, estas realizan el doble de enunciados defensivos (27,4%) que aquellos (13,9%). Con todo, el hecho de que haya una importante dependencia entre este factor y el rol de los personajes, hace difícil la evaluación independiente del factor generolectal. En efecto, personajes como los *ganchos* son mayoritariamente mascu-

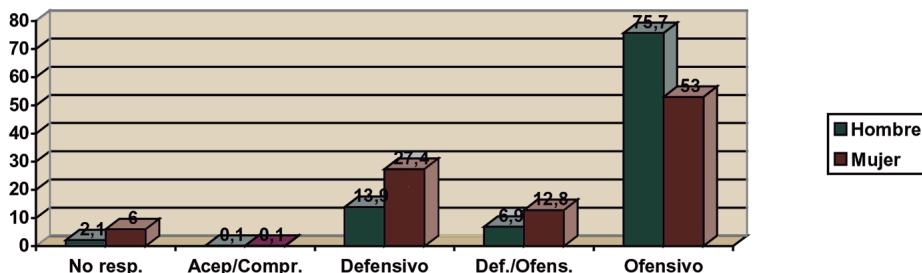


Gráfico 2. Clases de enunciados por sexo (%).

linos (al menos en la muestra analizada), justo lo contrario que los *tronistas*, que en el corpus estudiado son exclusivamente chicas (ver gráfico 2).

3.1.2. *El perfil de la descortesía en los enunciados ofensivos*

3.1.2.1. Estrategias

Para el análisis cuantitativo de este apartado, hemos procedido a inventariar las estrategias de descortesía que aparecen en los enunciados ofensivos del corpus, tanto iniciativos (*initiatives moves*) como los que suponen una réplica a los anteriores (*counter moves*). Para ello nos servimos de las clasificaciones de Culpeper (1996, 2003), matizadas y ampliadas posteriormente por Bousfield (2007, 2008), y puestas a prueba por diversos autores con posterioridad (Lorenzo-Dus, 2009b; Garcés-Conejos Blitvich, 2010; Lorenzo-Dus, Garcés Conejos- Blitvich y Bou, 2011)⁸. Con todo, para nuestros actuales intereses hemos realizado algunos cambios, que creemos dan cuenta de forma más apropiada del comportamiento interaccional de los participantes en HMYV. Este es el caso, por ejemplo, de la consideración aislada de la estrategia del insulto, ya que, como veremos a continuación, tiene un protagonismo destacado entre algunos protagonistas del programa. Por otro lado, hemos agrupado en una única las estrategias de Culpeper «Asociar explícitamente al interlocutor (I) con un aspecto negativo» (*'Explicitly' associate the other with a negative aspect*) y Bousfield «Criticar - desaprobar a I, por alguna acción o inacción con consecuencias para su imagen» (*Criticise — dispraise h, some action or inaction by h, or some entity in which h has invested face*), porque, a nuestro juicio, presentan

⁸ Sabido es que estos acercamientos y otros del mismo tenor deben mucho a los trabajos originales de GOFFMAN (1967, 1974) acerca de las actividades de imagen en las interacciones verbales. Para una aproximación sociocultural al tema, veáñse también las aportaciones de BRAVO (1999) a partir de los conceptos de *autonomía* y *afiliación*.

TABLA 2. ESTRATEGIAS DE DESCORTESÍA
EN LOS ENUNCIADOS OFENSIVOS DE MHYV.

ESTRATEGIAS DE DESCORTESÍA	N	%
Despreciar o ridiculizar al interlocutor (I)	43	22,9
Criticar - desaprobar a I, por alguna acción o inacción con consecuencias para su imagen (Bousfield)	27	14,4
Sarcasmo	26	13,8
Desafiar	25	13,3
Dificultar/Bloquear (denegar turno, interrumpir, gritar, etc.)	24	12,8
Insultar	22	11,7
Otras	21	11,2
Total	188	

un perfil similar. De la misma manera, hemos procedido a incluir en el grupo de *Otras* algunas que ofrecen cifras reducidas en nuestro corpus («Mostrar desinterés» ('Be uninterested, unconcerned'), «Desvincularse de otros» ('Disassociate from the other'), «Amenazar/Asustar» ('Threaten/Frighten'). Señálemos, por último, que no hemos encontrado en este corpus ningún ejemplo correspondiente a la estrategia de «Emplear un lenguaje oscuro o secreto ('Use obscure or secretive language').

Como se advierte en la tabla 2, la estrategia preferida por los participantes en MHYV es la que implica desdén al interlocutor, bajo todos los matices posibles, ya sea menospreciando sus capacidades (intelectuales, sexuales o de cualquier otro tipo, y para más descrédito, comparándolas a menudo con las de otros), ya sea ridiculizando sus actuaciones presentes o pasadas. En el siguiente extracto pueden advertirse varios de esos matices en el diálogo entre un gancho (Vicente) y una pretendiente (Rocío) del programa:

(1) Vicente: si yo fuera tu padre me sentiría muy avergonzado/ Rocío// me das pena
 Rocío: PUES MÁS PENA ME DAS TÚ A MÍ (gritos y aplausos del público)
 (...)

Vicente: y estás distorsionando la realidad → porque afortunadamente me cruzo con mujeres mucho mejores que tú// Y DEBERÍA DARTE VERGÜENZA VENIR A DECIR AQUÍ A LA TELEVISIÓN QUE TE ARREPENTIMOS DE HABERTE ACOSTADO CONMIGO

El resto de las estrategias se reparte en proporciones más equilibradas, aunque a distancia de esta, que se erige, como decimos, en el principal vehículo de la descortesía en MHYV. Este protagonismo es similar al que obtiene Lorenzo-Dus (2009b) en su estudio sobre *Dragon's Den*, donde esta misma técnica encabeza la clasificación de la descortesía en el concurso británico, incluso con cifras superiores (31%) a las obtenidas aquí. Con todo, ello es lógico si consideramos que, al igual que en otros programas del mismo tenor —*Operación Triunfo*—, unos expertos con

considerable competencia en su materia juzgan los errores e insuficiencias de aquellos concursantes que no dan la talla. Lo llamativo es que esta misma estrategia tenga similar protagonismo en un reality donde la distancia social entre los personajes es mucho menor y donde, inicialmente, nada hace presagiar comportamientos tan viscerales. Sea como sea, ello da cuenta de la relevancia que en los programas de telerrealidad adquiere hoy esta forma de actuar, que lleva al desprecio del otro como un importante filón mediático.

La crítica acerba al interlocutor y la asociación de este con hechos, principios o actitudes negativos, representa otra de las maniobras favoritas de los participantes de MHYV. Uno de los aspectos más censurados es, por ejemplo, la falta de honestidad, acusación recurrente en muchas alocuciones de los *ganchos* hacia tronistas y pretendientes, a los que acusan de actuar guiados por intereses espurios y por principios del todo ajenos al espíritu del programa. El siguiente es un ejemplo representativo, en el que uno de los ganchos del programa, David Morales, reprocha con saña a una participante (Gina) por su habilidad para manipular a otro concursante para sus propios intereses:

(2) David: ... es que → vamos, lo que dices↑ cómo hablas↑ cómo lo dices↑ cómo lo manipulas↑ me recuerda mucho a ellas! (se refiere a mujeres que David conoció en el pasado)

Gina: pero qué dices!!

David: lo que oyes/ y se pasa muy mal!! QUE TE ESTÁS APROVECHANDO DE ÉL PARA MONTAR TU PAPELÓN!!

Gina: PERDONA?!

David: ASÍ DE CLARO Y ASÍ DE SENCILLO! Y COMO YO, LO VE MUCHA GENTE...

Con alguna frecuencia, a la descortesía se llega también por la vía del sarcasmo, una estrategia mediante la cual el daño a la imagen del interlocutor se realiza de forma indirecta, por medio de implicaturas (Culpeper, 1996; Kienpointner, 1997; Bousfield, 2008; Garcés-Conejos Blitvich, 2010; Blas Arroyo, 2010b). Una característica destacada del sarcasmo es su evidente insinceridad, lo que convierte esta figura en especialmente válida para su empleo por participantes entre los que no median diferencias en las relaciones de poder. Por ejemplo, en nuestro estudio sobre el comportamiento de uno de los jueces de *Operación Triunfo* (Risto), al que nos referíamos anteriormente (Blas Arroyo, 2010a), comprobamos cómo el sarcasmo en boca de este miembro del jurado aparecía en algunas secciones del programa en las que este miembro del jurado enjuiciaba críticamente a otros protagonistas del programa diferentes de los concursantes. Mientras que las alocuciones a estos últimos se hallaban plagadas de manifestaciones de descortesía descarnada, mediante las cuales se acentuaba el desequilibrio en las relaciones de poder entre los participantes, Risto acudía a técnicas más indirectas, como el sarcasmo, para evaluar a otros responsables del concurso con quienes mantenía relaciones simétricas, y a quienes, por tanto, no podía tratar inicialmente con la misma rudeza. Aunque la mayoría de los protagonistas de MHYV no alcanza, por lo general, la competencia comunicativa y la sutileza que se asocian generalmente con esta herramienta dialéctica, no faltan las ocasiones en

que una modalidad más prosaica de esta surge en el desarrollo de los diálogos. Así ocurre, por ejemplo, en el siguiente fragmento, donde el pretendiente (Fabián) de una antigua tronista (Elena) pone en chanza la afirmación de esta última acerca de su carácter romántico:

- (3) Elena: ...pues yo soy bastante romántica (risas de Fabián)// y me encontré con una persona mayor/ un cate[drático]
Fabián: [es el romanticismo en persona (risas del público)
Elena: TE QUIERES CALLAR YA/ PESAO!! (risas del público)

Una estrategia interaccional utilizada también con profusión es el intento de entorpecer o bloquear las posibilidades de que el interlocutor pueda expresarse. Las tácticas más utilizadas para ello son las interrupciones continuas, la elevación de la voz hasta el punto de hacer inaudible la del contrario, y, aun en algunos casos extremos, una cierta actitud de amedrentamiento hacia el contrario, como la que supone ponerse bruscamente de pie y dirigirse con paso decidido y gesto amenazante hacia este último.

Como indicábamos más arriba, en el corpus encontramos también no pocos ejemplos en los que el ofensor insulta literalmente a su interlocutor mediante el empleo de un léxico soez e injuriante. A este respecto, en el reality menudean las ofensas al contrario, a quien se califica como *bocazas, paleto, poligonera, analfabeta, caní, choni, macarra*, etc.

3.1.2.2. Análisis variacionista

Especialmente atractivo resulta el análisis de la interacción entre estas estrategias y el rol desempeñado por los diversos protagonistas del programa, con diferencias que resultan estadísticamente significativas ($p = .005$). Y es que, en efecto, algunas de las tácticas descritas más arriba se hallan íntimamente asociadas a determinados protagonistas del concurso. Así, el desdén hacia el interlocutor tiene un protagonista destacado: el *ganchito*, aquella figura, recuérdese, cuyo papel estelar es la crítica —con frecuencia, despiadada— a los concursantes, sean estos tronistas o pretendientes. Del mismo modo, este personaje encabeza las clasificaciones en la utilización del sarcasmo (53,8%), las actitudes obstrucciónistas (54,2%) o, incluso, el insulto (47,6%).

Igualmente significativas resultan las diferencias relacionadas con el sexo de los participantes ($p = .027$). En casi todas las estrategias, los hombres superan ampliamente a las mujeres. Así ocurre con el desdén al contrario, donde los primeros (67,4%) doblan literalmente a las segundas (32,6%), pero también con las muestras de sarcasmo (69,2% vs. 30,8%), los insultos (68,2% vs. 31, 8%) y el resto de las estrategias consideradas en el análisis (Otras) (76,2% vs. 23, 8%). Por lo demás, es interesante constatar cómo este perfil generolectal se mantiene, y aun acentúa, entre los pretendientes, el rol que ofrece una representación muestral más equilibrada en el corpus. Y es que, en efecto, entre estos pretendientes los hombres superan a las

mujeres en todas y cada una de las macroestrategias analizadas, lo cual confirma que, en igualdad de condiciones, los hombres de este programa muestran un comportamiento considerablemente más agresivo y descortés.

Al mismo tiempo, los hombres también superan a las mujeres en algunos de los motivos que están detrás de los enunciados descorteses (p .012). Especialmente llamativas son a este respecto las distancias relacionadas con la crítica a la inteligencia del interlocutor, donde los hombres cuadriplican en cifras (82,4%) a las mujeres (17,6%), pero también con otras cualidades humanas de carácter moral (honestidad, honradez, etc.) (71,7% vs. 28,3%) y con las habilidades para las relaciones amorosas (60,9% vs. 39,1%). Más equilibrados están los datos en otros capítulos, como el físico del interlocutor (53,6% vs. 46,4%) o el comportamiento en el plató de televisión (52,2% vs. 47,8%), aunque, como se puede apreciar, es revelador que los hombres superen a las mujeres de nuevo. En el único apartado en el que estas últimas (69,6%) aventajan a los hombres (30,4%) es en la crítica a la actuación discursiva de sus interlocutores, a quienes se reprocha la ferocidad de sus ataques en los turnos de habla previos.

Ahora bien, si los hombres aventajan casi siempre a las mujeres en la profusión de ese tipo de ofensas, ¿quiénes son sus principales destinatarios? ¿Se distribuyen uniformemente entre los representantes de ambos性, o apreciamos de nuevo diferencias significativas entre unos y otros? En relación con este interrogante es revelador, por ejemplo, que las mujeres (70,6%) sean objeto de ofensas relacionadas con su inteligencia en mucha mayor medida que los hombres (29,4%) (p .021), lo que, probablemente, haya que poner en relación con estereotipos machistas, fuertemente asentados todavía en el imaginario colectivo español, y de los que, a la vista está, participan también las generaciones más jóvenes (o al menos aquellos sectores sociales que protagonizan en estos programas). Por el contrario, en el resto de las categorías mencionadas, son ahora los hombres los principales destinatarios de los ataques, aunque esta vez las diferencias no resulten significativas desde el punto de vista estadístico (p .198).

3.1.3. *Estrategias de descortesía en enunciados de réplica inicialmente no ofensivos*

Para concluir esta primera parte del estudio, analizaremos brevemente las principales estrategias utilizadas en MHYV en aquellos enunciados cuya finalidad no es inicialmente ofensiva, y que, como se recordará (véase gráfico 1), representan menos de un tercio del total. Con todo, y como mencionábamos más arriba, incluimos en este apartado algunas expresiones en las que es posible advertir una naturaleza híbrida, pues aunque en su origen parecen enunciados de defensa y justificación, encierran en su seno un germe inmediato de agresividad hacia el interlocutor. Obsérvese, por ejemplo, este hecho en el siguiente fragmento, en el que un pretendiente (Álvaro) intenta justificar en primer término el porqué de unos tatuajes («es una forma de expresión...») que han sido previamente ridiculizados por un gancho (David), para a renglón seguido desafiar a este («y no voy a permitir ni que tú ni que nadie me falte al respeto, vale?!!»)

TABLA 3. ESTRATEGIAS EN ENUNCIADOS DE RÉPLICA
(COUNTER MOVES) INICIALMENTE NO OFENSIVOS.

ESTRATEGIAS	N	%
Desafíos	21	23,8
Dificultar la palabra al interlocutor	17	19,3
Justificaciones	14	15,9
Contradicciones	10	11,3
«Dar la callada por respuesta» (<i>Opt out</i>)	10	11,3
Mostar desinterés por lo dicho por el interlocutor	7	7,9
Aceptar críticas	3	3,4
Otras	6	6,8
Total	88	

(4) Álvaro: estás comparando mis tatuajes con ir al váter a cagar?

David: pues más o menos [más o menos↑

Álvaro: [más o me[nos →

Álvaro: [me parece, ME PARECE UNA TONTERÍA ME PARECE UNA TONTERÍA COMO UN[A CATEDRAL!!

Álvaro: <inaudible> [es una forma de expresión vale↑ y yo lo llevo haciendo y lo llevo <viendo> desde que era así (gesto para indicar que era muy pequeño) y no voy a permitir ni que tú ni que nadie me falte al respeto, vale?! (aplausos del público) y si tienes algún problema...

Es revelador que, en cabeza de las estrategias de este apartado, figuren aquellas que en otras circunstancias pueden utilizarse como verdaderos arietes para zaherir al interlocutor, como hemos tenido ocasión de comprobar en los párrafos anteriores. Así ocurre, por ejemplo, con los desafíos, como el exemplificado en (4), o con los intentos por mantener el turno de palabra a toda costa ante el empeño no menos decidido de otros por arrebatárselo, lo que conduce en la mayoría de los casos a una sucesión caótica de solapamientos en la que ya es imposible dilucidar quién ha agredido más a quién.

Si a estas tácticas, solo parcialmente defensivas, añadimos la aparición aquí y allí de otras del mismo tenor, como mostrar el desdén o el desinterés por lo que otros han dicho, concluiremos que, en el presente concurso, incluso los enunciados de defensa poseen una notable conflictividad. De hecho, y como puede observarse en la tabla 3, tan solo a partir de posiciones más bajas nos encontramos con movimientos característicamente defensivos, como ofrecer justificaciones para disculpar los comportamientos censurados, contradecir las opiniones de los críticos, por no hablar de maniobras todavía más esporádicas, como renunciar a la discusión o aceptar total o parcialmente las críticas recibidas, movimientos interaccionales reducidos en este concurso a la mínima expresión.

3.2. LA RECEPCIÓN DE LA DESCORTESÍA POR LA AUDIENCIA

Como se recordará, en esta segunda parte del análisis sometemos a la consideración de una audiencia compuesta por 50 jueces cuatro vídeos que contienen secuencias seleccionadas como abiertamente descorteses por las cadenas de televisión en sus correspondientes páginas de internet. A través de diversas preguntas incluidas en un cuestionario (ver apartado 2), pretendemos evaluar el modo en que los espectadores juzgan normalmente esta descortesía y, eventualmente, su grado de implicación personal en torno a los modos de actuar de los participantes en un reality como MHYV. Complementariamente, y con el objeto de comparar estos mismos juicios con respecto a programas que presentan un formato y unas reglas de actuación diferentes, incluimos también en esta parte de la investigación una grabación correspondiente a la última edición de *Operación Triunfo*, programa que hemos analizado ya con anterioridad desde otra perspectiva (Blas Arroyo, 2010 a y b).

Los vídeos, de entre dos y tres minutos de duración, contienen el siguiente material:

- Vídeo 1: uno de los miembros del jurado de OT, Risto Mejide, evalúa muy negativamente a una de las concursantes (Tania), a la que no solo critica por su pésima actuación en una de las galas del programa, sino que, además, la hace responsable del bajo rendimiento de un compañero. Tras un rifirrafe entre Risto y otros miembros del jurado, que avalan la actuación de Tania, evitando así su «nominación» (posibilidad de ser despedida del concurso), esta última reacciona a micrófono cerrado con palabras soeces («vete a tomar por culo») e insultos («hijo de puta») dirigidos a quien tan duramente la había criticado hacía un momento.
- Vídeo 2: uno de los *ganchos* de MHYV, David Morales, interviene para censurar a una de las pretendientes del programa (Abi), a la que acusa de ser una farsante, así como de falta de inteligencia por haber manifestado fuera del programa que su participación en el concurso nada tenía que ver con «conseguir el amor» —objetivo, recuérdese del espacio televisivo—, sino con ganar dinero y hacerse famosa. Tras un intento tímido de contradicción por parte de Abi, se ve a esta abandonando el plató entre lágrimas.
- Vídeo 3: en parecidos términos, otro de los *ganchos* habituales del programa, Vicente, acusa a una de las pretendientes (María) de acudir al concurso por motivos espurios e interesados. Sin embargo, frente a lo que sucede en el vídeo anterior, la concursante se revuelve esta vez con virulencia ante los ataques de su agresor, al que, entre gritos y continuas interrupciones y reproches, acusa de falta de respeto y de otros defectos físicos y morales.
- Vídeo 4: dos antiguos participantes del programa, Elena (tronista) y Fabián (pretendiente que había conquistando a Elena meses atrás), acuden al programa para ventilar los motivos del fracaso de su relación. Fabián acusa a Elena de falta de honestidad y de verse con otro chico mientras, supuestamente, había comenzado la relación entre ambos. Por su parte, Elena reacciona ante esas acusaciones censurando a Fabián por no haber puesto prácticamente

nada de su parte en un noviazgo que, consecuentemente, estaba destinado al fracaso. Estos y otros duros reproches —incluida la dudosa capacidad sexual de ambos, para regocijo de los espectadores en el plató— se suceden durante los tres minutos de duración del videoclip.

3.2.1. Primeros participantes (agresores)

En la primera parte del análisis, preguntamos a los miembros de la audiencia si la actuación de los primeros participantes en cada vídeo (Risto, David, Vicente y Fabián, respectivamente) podía considerarse objetivamente como descortés. Como se aprecia en el gráfico 3, una abrumadora mayoría (89%) lo cree así, frente a tan solo un 7,2% que lo descarta. A la vista de estos datos, parece que la opinión de los «expertos» (críticos de televisión, pero también no pocos analistas del discurso), que desde fuera consideran que todo lo ocurrido en estos programas forma parte del «juego», y que, por tanto, no puede tomarse en serio, no es compartida por los espectadores habituales del concurso, especialmente, como veremos más adelante, entre algunos sectores).

Entre los términos que se utilizan para describir el comportamiento de estos protagonistas, el de *descortés* solo ocupa el tercer lugar (14,8%), y es superado por aquellos que aluden a la «falta de respeto» (*irrespetuosos, falta al respeto, no tiene respeto...*) (22,4%) y al calificativo de *grosero* (21,5%). Por detrás aparecen otros como: *desconsiderado* (9%), *desmesurado* (8,4%), *rudo* (5,5%), *maleducado* (2,6%), *zafio* (2,3%), *chulo* (1,5%). Por último, y con menos de cinco ocurrencias en el corpus, figura una auténtica miríada de términos despectivos, como: *arrogante, asqueroso, capullo, borde, cínico, cotilla, crítico, chusma, desafiante, desagradable, duro, faltón, infantil, pedante, prepotente, rencoroso, retrasado y soez*, así como algún sintagma del mismo tenor: *con pocos sentimientos, falta de tacto, poco tacto*.

En cuanto al grado de esta descortesía, agrupamos las respuestas en varios grupos: 1-2 (nula o muy escasamente descortés), 3 (descortés), 4-5 (muy/extraordinariamente descortés), 6 (Otras) y 7 (No sabe/ no contesta).

Como se aprecia en la tabla 4, los jueces no solo juzgan mayoritariamente como ofensivo el comportamiento de estos participantes, sino que, al mismo tiempo, lo consideran como «muy o extraordinariamente» descortés (46%). Entre estos, es Fabián, el protagonista del videoclip 4, quien merece los juicios más equilibrados. Sin embargo, los personajes 2 y 3, *ganchos* de MHYV, son evaluados muy severamente por la audiencia, con frecuencias de respuestas 4 y 5 («muy/extraordinariamente descortés») que superan el 53%, mientras que apenas se sitúan en la frontera del 10% los juicios de aquellos que interpretan su comportamiento como «poco o nada descortés». Especial resulta, por último, el caso de Risto, el jurado de *Operación Triunfo*: aunque una mayoría interpreta su actuación como muy descortés (51%), con cifras cercanas a las obtenidas por los más criticados en MHYV, la proporción de quienes la enjuician como ajustada a lo esperable en ese concurso no es desdeñable (20%), y en cualquier caso, dobla a la conseguida por los *ganchos* de MHYV.

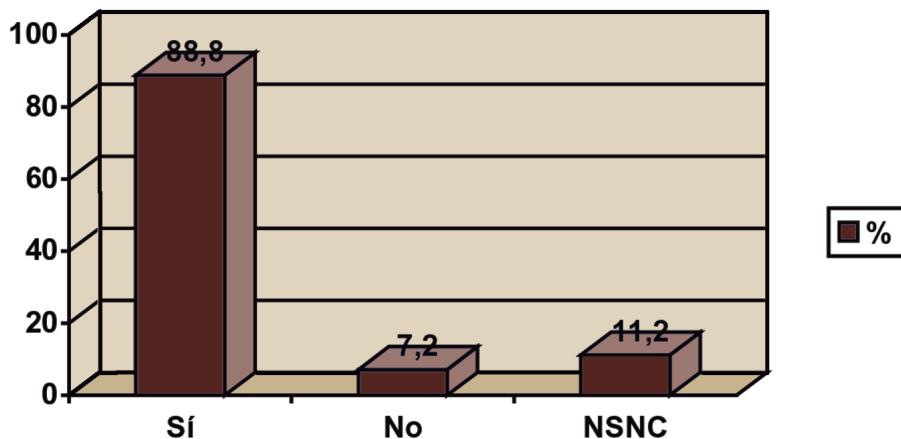


Gráfico 3: Respuestas (%) a la pregunta: «¿Crees que el primer hablante se ha comportado agresivamente con su interlocutor?».

TABLA 4: CLASIFICACIÓN DE LOS PRIMEROS PARTICIPANTES (AGRESORES) POR GRADOS DE DESCORTESÍA SEGÚN LA AUDIENCIA.

	PARTICIPANTES										Total	
	Risto (Vídeo 1)		David (Vídeo 2)		Vicente (Vídeo 3)		Fabián (Vídeo 4)					
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Nada/Poco descortés (1-2)	12	20	7	11,6	5	8,3	15	25	39	15,6		
Descortés (3)	13	21,6	16	26,6	11	18,3	12	20	52	20,8		
Muy/extraordinariamente descortés (4-5)	31	51,6	32	53,3	33	55	19	31,6	115	46		
Otros	2	3,3	3	5	6	10	0	0	21	8,4		
NSNC	2	3,3	2	3,3	5	8,3	14	23,3	23	9,2		

Parece, en suma, que al menos un sector del público establece diferencias entre la forma de actuar de los «expertos» en los dos programas analizados: mientras que se considera aceptable, y hasta constructivo, que un jurado competente critique —incluso acerbamente— la actuación de un concursante que desea triunfar en el mundo de la música, no sucede lo mismo cuando lo que se ventila son objetivos mucho menos serios y profesionales.

Por sexos, las mujeres de la audiencia (59,6%) superan a los hombres en las calificaciones más extremas (46,7%). Con todo, en esta ocasión tales diferencias no

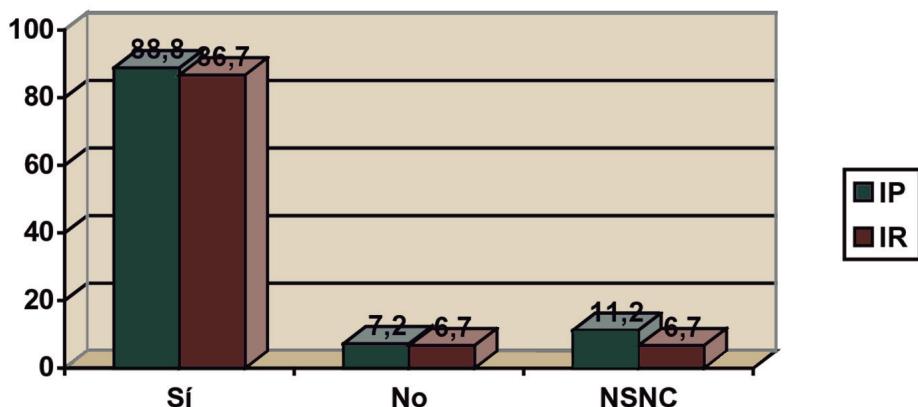


Gráfico 4: Comparación entre las opiniones acerca del grado de descortesía de los agresores y el sentimiento de ofensa percibido por los interlocutores.

son significativas ($p = .172$). Sí lo son, por el contrario, las relacionadas con la edad de los encuestados. Como se recordará, comparábamos en este punto los juicios de dos grupos de edad en la muestra: a) menos de 20 años; y b) más de 25, con el objeto de evaluar potenciales diferencias asociadas al proceso de maduración personal e intelectual (para que la comparación resultara más fidedigna, dejamos sin codificar en este factor a los jueces situados entre los dos grupos mencionados). Los resultados de este análisis muestran una clara divergencia entre las respuestas de ambos grupos: así, mientras que los menores duplican las respuestas más benévolas de 1 y 2 («poco o nada descortés») (23%) respecto a las del segundo grupo (10%), estos últimos son mucho más severos con el comportamiento de los protagonistas de la descortesía (el 90% considera el comportamiento descortés o muy descortés, frente al 77% entre los primeros) ($p = .046$).

Por último, igualmente más severos se muestran los jueces que viven en grandes núcleos urbanos (63,4%) que aquellos que residen en poblaciones más pequeñas (46,8%), diferencias que de nuevo resultan estadísticamente significativas ($p = .048$).

En otro orden de cosas, es interesante comprobar cómo estas opiniones de los jueces son casi idénticas a las que atienden a una nueva pregunta del cuestionario, cuyos datos globales aparecen reflejados en el gráfico 4:

«¿Crees que el interlocutor se ha sentido ofendido/a por el comportamiento del primer hablante?».

Las barras, casi simétricas, del gráfico dan perfecta cuenta de este hecho. En efecto, obsérvese una vez más cómo un abrumador 86,5% piensa que los concursantes se han ofendido con el comportamiento de sus críticos, frente a un exiguo 6,7% que considera lo contrario (cifras otra vez casi idénticas a las de aquellos que creían que los participantes no habían sido descorteses).

Cuando se pregunta a los miembros de la audiencia por los motivos que les llevan a pensar de esa manera, las respuestas son relativamente uniformes. Aquellos

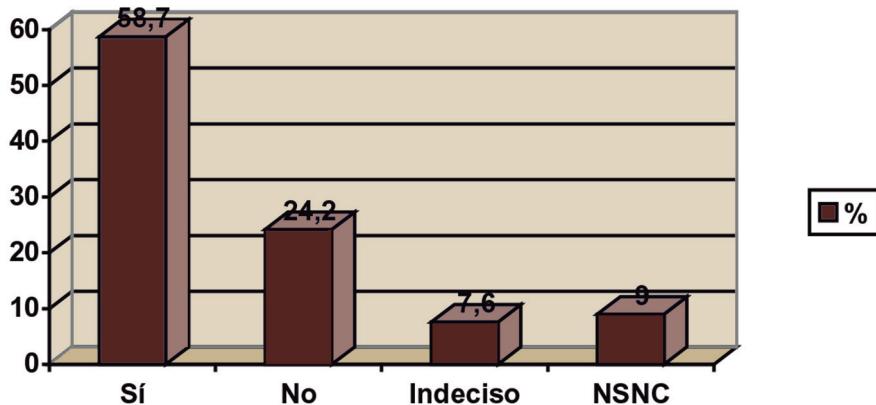


Gráfico 5: Respuestas (%) a la pregunta: «Aunque se trate de un programa de entretenimiento, ¿crees que los interlocutores tienen motivos para estar dolidos con el hablante»

que interpretan que los interlocutores se han visto realmente ofendidos apuntan recurrentemente hacia algunas reacciones que la cámara de televisión recoge puntualmente. Así, de Abi (videoclip 2) hay unanimidad en destacar su incapacidad para seguir hablando y su salida extemporánea del plató de televisión entre lágrimas. Por otro lado, de concursantes como Tania (videoclip 1) se advierten sus movimientos faciales, testigos inequívocos de que las críticas inmisericordes de Risto han hecho mella en su orgullo. Por el contrario, menos unánimes resultan los juicios en torno a Elena (videoclip 4), cuya actitud sonriente es, para algunos, señal inequívoca de nerviosismo ante las críticas recibidas, mientras que para otros es el reflejo de una actitud cínica, que nada tiene que ver con la recepción de una verdadera descortesía, sino con las reglas de un juego mediático que esta concursante manejaría a la perfección.

En relación con este último hecho, resultan también reveladores los resultados obtenidos como respuesta a la pregunta:

«Aunque se trate de un programa de entretenimiento, ¿crees que los interlocutores tienen motivos para estar dolidos con el hablante?».

Aunque en este caso nos hallemos lejos de la unanimidad que planteaban las cuestiones previas, una mayoría contesta afirmativamente (58,7%), en una proporción que representa más del doble de las respuestas negativas (24,2%), seguidas por un 7,6% que se declara indeciso y un 9% NSNC, diferencias que de nuevo resultan significativas ($p < 0,025$) (ver gráfico 5). En todo caso, a la luz de las divergencias cuantitativas entre los datos obtenidos ahora y los reseñados anteriormente, parece como si algunos jueces evaluaran inicialmente —fuera de contexto— la impresión que les produce la actuación de los protagonistas de la descortesía y cómo es recibida por sus destinatarios, y solo en segunda instancia se percataran —ya dentro de contexto— de que este comportamiento puede formar parte de las reglas del juego mediático. Obsérvese cómo las dudas se instalan para un nada despreciable 17% de la muestra (la suma de los indecisos y de los NSNC), mientras que para otro destacado 24%,

el diagnóstico es ahora negativo. Sea como sea, hay que destacar que esta proporción es significativamente menor que la de una mayoría que continúa creyendo en la existencia de motivos suficientes para la ofensa en programas de entretenimiento como los analizados en estas páginas.

3.2.2 Segundos participantes (*agredidos*)

Si, como hemos visto hasta el momento, el comportamiento de los primeros hablantes se juzga mayoritariamente como descortés (con algunas matizaciones introducidas más tarde por la consideración de los concursos como programas de entretenimiento), ¿cómo aprecia esta misma audiencia la actuación de los interlocutores, que como veíamos anteriormente, se revuelven prácticamente siempre ante las ofensas de sus críticos?

Si atendemos a los datos que ofrece el gráfico 6, observamos algunas diferencias cuantitativas relevantes entre estos personajes y los anteriores ($p = .002$). No en vano, casi un 35% de los jueces niega ahora que el comportamiento de estos segundos participantes pueda ser tachado de descortés (frente al 7,2%, recuérdese, de los primeros). Con todo, esta cifra se ve superada por la de aquellos que ven también en estos personajes una actuación agresiva y desconsiderada (57%), con lo que nos situamos de nuevo en un plano diferente al contemplado en otras investigaciones.

Vemos, pues, como, a diferencia de otros programas de telerrealidad mediática, la descortesía constituye un pilar básico del comportamiento interaccional de *todos* los personajes principales en un programa como MHYV. Este rasgo tiene también algún reflejo más esporádico en otros concursos, como *Operación Triunfo*, en los que inicialmente está vetada esta forma de actuación. La diferencia entre uno y otro estriba en que, a la concursante de OT, los insultos y réplicas soeces dirigidos a un miembro del jurado casi le cuestan la salida del concurso, mientras que nada de esto ocurre en MHYV, donde los participantes tienen amplia libertad para revolverse —incluso ferozmente— contra quienes les han agredido previamente.

Ahora bien, en esta ocasión, y a diferencia de lo que veíamos a propósito de los primeros hablantes de cada videoclip, se observan claras diferencias en la manera de evaluar a cada protagonista (tabla 5). En un extremo se sitúa un personaje como Abi, que, como se recordará, intenta —infructuosamente— contradecir las acusaciones de David, y que, víctima de los nervios y la impotencia, decide abandonar el plató entre lágrimas. De ahí que no resulte extraño comprobar que, para una amplia mayoría de jueces (70 %), el comportamiento de esta concursante resulte poco o nada descortés. En esta escala, le sigue a distancia María (44%), quien, sin embargo, y a diferencia de Abi, decide enfrentarse con abundantes reproches a su crítico (Vicente). Quizá por eso una proporción nada desdenable considera también su actuación como descortés (15,3%) o muy descortés (30,7 %), basándose para ello en su actitud gritona e interruptora, que casi desde el principio compite con la del *gancho*, y que desemboca en una verdadera batalla verbal.

En el extremo opuesto aparecen Elena (MHYV), pero, sobre todo, Tania (OT), quien, para nada menos que tres cuartas partes de la muestra (73,3%) realiza

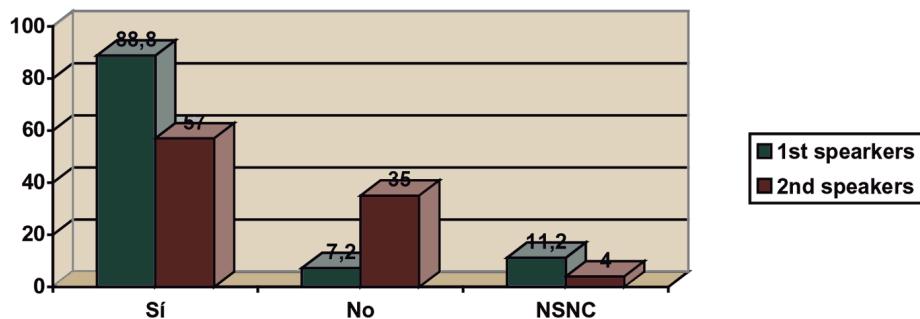


Gráfico 6: Comparación entre los juicios acerca de la descortesía entre los primeros (ofensores) y segundos (ofendidos) participantes.

TABLA 5: CLASIFICACIÓN DE LOS SEGUNDOS PARTICIPANTES (AGREDIDOS) POR GRADOS DE DESCORTESÍA SEGÚN LA AUDIENCIA.

	PARTICIPANTES										Total	
	Tania (Videoclip 1)		Abi (Videoclip 2)		María (Videoclip 3)		Elena (Videoclip 4)					
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Nada/Poco descortés (1-2)	6	10	42	70	23	44	7	13,7	78	35		
Descortés (3)	6	10	5	8,3	8	15,3	13	25,4	32	14,3		
Muy/extraordinariamente descortés (4-5)	44	73,3	6	10	16	30,7	28	54,9	94	42,1		
Otros	1	1,6	2	3,2	1	1,9	0	0	4	1,8		
NSNC	3	5	5	8,3	4	7,6	3	5,8	15	6,7		

una actuación extraordinariamente descortés con su respuesta soez e insultante al jurado (Risto) que previamente había censurado su actuación. A este respecto, es significativo que sea el único caso en el que los juicios negativos hacia la concursante llegan a superar a los de su ofensor. De lo cual parece inferirse que, para la audiencia, la vulneración de las reglas en un concurso como *Operación Triunfo* es considerablemente peor que la que pueda existir en un formato más equilibrado en las relaciones de poder, como el que rige en MHYV.

Por último, un análisis de los factores sociales vinculados a los miembros de la audiencia permite comprobar también algunas diferencias interesantes entre los subgrupos resultantes. A este respecto, por ejemplo, es interesante observar cómo las mujeres de la muestra son significativamente más comprensivas con estos concursantes que los hombres, un dato al que quizás contribuya el hecho de que ese rol

es ocupado en todos los vídeos por miembros de su mismo sexo, que, además, son víctimas —de nuevo en todos los casos— de las agresiones verbales masculinas. De este modo, el porcentaje de las chicas que juzga el comportamiento de estos personajes como poco o nada descortés se aproxima a la mitad de la muestra (43,1%, frente a tan solo un 27,6% entre los hombres). Por el contrario, los juicios más severos (las respuestas 4 y 5 del cuestionario) están claramente por debajo (41%) de los masculinos (56,9%) (p .028).

Por edades, se aprecian diferencias del mismo tenor a las observadas más arriba para los primeros participantes (apartado 3.2.1). Una vez más son los miembros más jóvenes de la audiencia (menores de 20 años) quienes muestran más indulgencia con la actuación de estos personajes, a diferencia de los más adultos (mayores de 25 años), considerablemente más severos en sus juicios. Un 63,6% de estos últimos interpreta las reacciones de estos concursantes como descorteses o muy descorteses, frente a un 47,5% entre los más jóvenes. Con todo, y aunque por poco, estas diferencias no son ahora significativas (p .085). Tampoco lo son esta vez las relacionadas con el hábitat de los jueces (p .201), aunque no deja de ser revelador que apunten de nuevo en la misma dirección que antes (apartado 3.2.1): los habitantes de las grandes urbes son más duros en sus juicios (62,3%) que los de núcleos más pequeños (52%), un hecho que quizá haya que poner en relación con la existencia de un escondido, pero no por ello menos real, sentimiento de superioridad entre los primeros, cuando ven las andanzas de unos concursantes cuyo origen sociocultural se sitúa, por lo general, en niveles bajos.

De hecho este sentimiento, que al decir de Culpeper (2005) está en la base —entre otros— del éxito de estos programas, puede ayudarnos a comprender las respuestas a la última pregunta del cuestionario, aquella que pretendía indagar acerca del grado de implicación personal de los jueces en una situación afín a la vivida por los concursantes:

«Intenta ponerte en la piel del interlocutor, ¿crees que hubieras reaccionado de la misma forma en esa situación?».

Como revela el gráfico 7, la proporción de los que contestan afirmativamente a esta pregunta desciende ahora drásticamente (33,6%), y se ve superada por los que contestan que no (48,4%). A estas respuestas hay que añadir las de aquellos que reaccionarían de una manera diferente (9,4%), y, en menor medida, los que se muestran indecisos (4%) o NSNC (4,5%).

Estos datos revelan ahora un distanciamiento con respecto a los principales destinatarios de las ofensas en este tipo de programas. Y es que ahora, más de la mitad de la muestra (de la que, sin duda, forman parte muchos de los que anteriormente consideraban que había motivos suficientes para el agravio) sostiene que no reaccionaría de la misma forma que los concursantes. De ese distanciamiento —probablemente derivado del sentimiento de superioridad al que aludíamos más arriba, al tiempo que de satisfacción por no hallarse en las mismas circunstancias que los maltratados jóvenes del concurso— dan buena cuenta algunos comentarios que, en forma de cuestionario abierto, apuntan diversos miembros de la audiencia para justificar sus respuestas. Así, para algunos, las réplicas de los concursantes resultan demasiado viscerales, un error que ellos no cometerían nunca, bien porque perma-

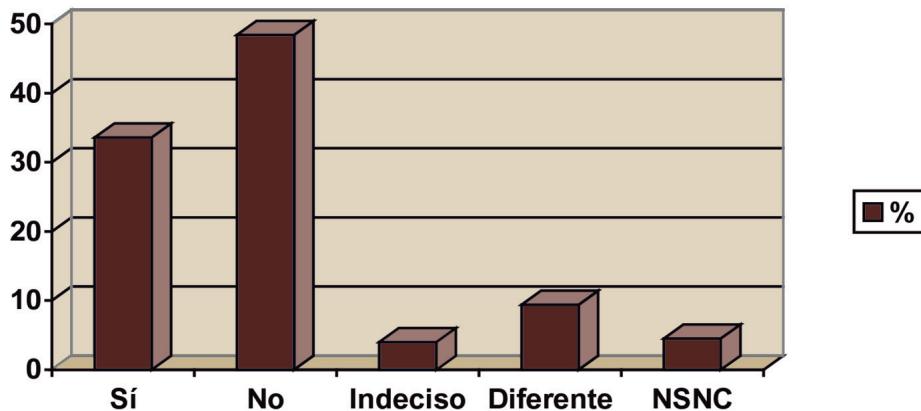


Gráfico 7: Respuestas (%) a la pregunta: «Intenta ponerte en la piel del interlocutor ¿crees que hubieras reaccionado de la misma forma en esa situación?».

necerían callados («no insulta quien quiere, sino quien puede»), bien, sobre todo, porque responderían de una forma considerablemente más templada y ecuánime. De hecho, algunos jueces no tienen reparo en subrayar que tienen «bastante más educación que los concursantes», al tiempo que no faltan quienes asumen que, al participar en programas de este tipo, aquellos ya saben a qué se enfrentan. Como sentencia, en expresión castiza, uno de los miembros de la audiencia: «qui no vulga pols, que no vaya a l'era» («quien no quiera polvo, que no vaya a la era»).

4. CONCLUSIONES

A través de un análisis variacionista como el emprendido en esta investigación, en las páginas anteriores hemos tenido ocasión de comprobar la existencia de diferencias importantes en cuanto a la realización de la descortesía entre un reality español como *Mujeres, hombres y viceversa* y otros en los que median diferencias más destacadas en el eje del poder entre los participantes. A este respecto, hemos visto cómo en MHYV buena parte de los enunciados descorteses surge en los turnos de réplica de aquellos que previamente se han visto ofendidos. Ello supone una disparidad considerable con respecto a otros concursos (*Operación Triunfo*, *The weakest link*, *Dragon's Den*, etc.), en los que la descortesía se concentra casi exclusivamente en los turnos iniciativos. Ahora bien, las diferencias son todavía más apreciables cuando valoramos el tipo de enunciados de réplica que llevan a cabo los protagonistas del concurso. Y es que, frente a esos otros programas, en MHYV hay una notable sobreabundancia de expresiones ofensivas, cuyas cifras triplican las de aquellas que se destinan a autojustificarse o defenderse. Con todo, este panorama general muestra una interesante covariación con los roles de los protagonistas del concurso, entre los

que sobresale la figura del *gancho*, como principal adalid de las ofensas, mientras que *tronistas* y *pretendientes* dedican más tiempo a defenderse de las críticas recibidas, aunque su potencial ofensivo sea también considerablemente elevado.

No es de extrañar, así, que sean también esos *ganchos* quienes aventajen a los demás personajes en el empleo de las principales macroestrategias de descortesía empleadas, la mayoría advertidas también en estudios previos, aunque con algunas salvedades reseñables en el presente contexto. A este respecto, llama la atención poderosamente que la actitud de desprecio hacia el contrario encabece estas estrategias, a notable distancia del resto, más aun cuando ninguno de los participantes puede alardear de una especial competencia para desdeñar la actuación de otros (esa que, por el contrario, sí pueden esgrimir los jurados en otros concursos televisivos). Si a ello añadimos la presencia en este programa de no pocos insultos y palabras soeces, menos habituales en otros espacios, nos encontramos con un perfil de la descortesía ciertamente singular.

Por lo que se refiere al segundo de los aspectos analizados, la recepción de la descortesía, hemos visto cómo la audiencia interpreta inicialmente como muy descortés el comportamiento de quienes inician la agresión verbal, pero igualmente el de quienes les dan la réplica. Pese a ello, se aprecian diferencias cuantitativas destacadas entre ambos grupos, además de una notable variación en el seno del segundo, en el que, junto a participantes caracterizados como muy descorteses, otros no merecen esa condición por parte del público. Al mismo tiempo, del estudio se colige que los jueces son todavía más severos con aquellos que se comportan descortésmente en los realities regulados por normas más estrictas, y en los que la distancia social y, por consiguiente, los derechos y deberes de los interlocutores están más desequilibrados (el caso de *Operación Triunfo*, por oposición a *Mujeres, hombres y viceversa*).

Ahora bien, un análisis más detenido de estas actitudes revela una mayor complejidad de lo que a primera vista pudiera parecer. Por un lado, en la formulación más neutra del cuestionario los jueces contestaron masivamente que los concursantes se habían sentido ofendidos y que, además, tenían motivos sobrados para ello. Estas cifras casan casi perfectamente con las advertidas en el párrafo anterior, y sin embargo, comienzan a alejarse algo cuando el programa se inserta en el contexto del espectáculo televisivo. En este marco, una mayoría de los encuestados sigue considerando que los participantes tienen razones para sentirse mal por las críticas y ofensas recibidas, pero ahora las cifras de quienes niegan esta creencia crece sustancialmente. Da la impresión, por tanto, de que buena parte del público vive estos programas con notable intensidad, y de que, inconscientemente —o no—, se mete en la piel de quienes reciben casi a diario los reproches más violentos. Y solo cuando más tarde se llama su atención acerca de que, en el fondo, no se trata más que de un programa de entretenimiento, algunos comienzan a ver las cosas de otra manera. Por lo demás, esta interpretación varía todavía más cuando el miembro de la audiencia es puesto en una situación hipotética similar a la vivida por los participantes en estos programas. En esta coyuntura, de mayor distancia emocional todavía con respecto a los concursantes, la audiencia se aleja mayoritariamente de la suerte de aquellos participantes a los que, poco antes, había dicho entender por las ofensas recibidas.

Por grupos sociales, el análisis estadístico nos ha permitido descubrir también algunas diferencias interesantes. Así, hemos tenido ocasión de ver cómo tanto los miembros más jóvenes de la audiencia como aquellos que viven en pueblos o pequeños núcleos urbanos son, en general, más benévolos con los concursantes, mientras que los de edad más avanzada y los habitantes de grandes urbes muestran una actitud considerablemente más crítica, quizás como consecuencia de un mayor sentimiento de superioridad hacia quienes pululan por estos realities. Por su parte, el sexo muestra también diferencias que, aunque no siempre significativas, apuntan recurrentemente en una misma dirección. Así, las mujeres se muestran más duras con quienes inician la agresión, pero al mismo tiempo son más compresivas con quienes replican a esta descortesía (a menudo también mediante enunciados ofensivos, como hemos visto). No obstante, este resultado puede estar en relación con el hecho de que, en el estudio, son siempre mujeres las integrantes de este segundo grupo, mientras que los miembros del primero —los agresores iniciales— son hombres en todos los casos. Sea como sea, se trata de un dato revelador acerca del particular grado de implicación con el que buena parte de esta audiencia (mayoritariamente femenina) ve estos programas.

RECIBIDO: febrero de 2013. ACEPTADO: septiembre de 2013

BIBLIOGRAFÍA

- BLAS ARROYO, José Luis (2001): «'No diga chorradas...' La descortesía en el debate político cara a cara. Una aproximación pragma-variacionista», *Oralia* 4: 9-45.
- (2003): «Perdone que se lo diga, pero vuelve usted a faltar a la verdad, señor González': form and function of politic verbal behaviour in face-to-face Spanish political debates», *Discourse and Society* 14 (4): 395-423.
- (2010a): «La descortesía en contextos de telerrealidad mediática. Análisis de un corpus español», en Francesca ORLETTI y Laura MARIOTTINI (eds.), *(Des)cortesía en español. Espacios teóricos y metodológicos para su estudio*, Roma-Estocolmo: Università Degli Studi Roma Tre-EDICE, 183-207.
- (2010b): «Niveles en la caracterización de las estrategias discursivas. Aplicaciones al estudio de la descortesía en un corpus mediático», *Español Actual* 94: 47-76.
- (2011): *Políticos en conflicto. Una aproximación pragmático-discursiva al debate electoral cara a cara*, Berna: Peter Lang.
- BOLÍVAR, Adriana (2005): «La descortesía en la dinámica social y política», en Jorge MURILLO (ed.), *Actos de habla y cortesía en distintas variedades de español: Perspectivas teóricas y metodológicas. Actas del II Coloquio Internacional del Programa EDICE*, Costa Rica: Universidad de Costa Rica, 137-164.
- BOUSFIELD, Derek (2007): «Beginnings, middles and ends: towards a biopsy of the dynamics of impoliteness», *Journal of Pragmatics* 39 (12): 2185-2216.

- (2008): *Impoliteness in Interaction*, Amsterdam: John Benjamins.
- BRENES, Ester (2007): «Estrategias descorteses y agresivas en la figura del tertuliano televisivo: ¿transgresión o norma?», *Linred* 2: 1-19.
- (2009): *La agresividad verbal y sus mecanismos de expresión en el español actual*, Sevilla: Universidad de Sevilla (tesis doctoral).
- (2013): «'Interviews as confrontation', el nuevo entrevistador televisivo», en Catalina FUENTES (ed.), *Imagen social y medios de comunicación*. Madrid: Arco Libro.
- BROWN, Penelope y Stephen LEVINSON (1987) [1978]: *Politeness. Some Universals in language Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- CULPEPER, Jonathan (1996): «Towards an anatomy of impoliteness», *Journal of Pragmatics* 25 (3): 349-367.
- (2005): «Impoliteness and entertainment in the television quiz-show: *The Weakest Link*», *Journal of Politeness Research* 1 (1): 35-72.
- , Derek BOUSFIELD, y Anne WICHMANN (2003): «Impoliteness revisited with special reference to dynamic and prosodic aspects», *Journal of Pragmatics* 35: 1545-1579
- DASCAL, MARCELO (2003): *Interpretation and Understanding*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- EELEN, Gino (2001): *A critique of politeness theories*, Manchester: St. Jerome Publishing.
- FERNÁNDEZ, Francisco (2000): *Estrategias del diálogo. La interacción comunicativa en el discurso político-electoral*, Granada: Método Ediciones.
- FUENTES, Catalina (2006): «¿Cortesía o descortesía? La imagen del entrevistado vs. la imagen del entrevistador», *Culture, Language and Representation* 3: 73-87.
- (coord.) (2013): *(Des)cortesía para el espectáculo: estudios de pragmática variacionista*, Madrid: Arco Libros
- GARCÉS-CONEJOS BLITVICH, Pilar (2009): «Impoliteness and identity in the American news media: the 'Culture Wars'», *Journal of Politeness Research* 5 (2): 273-304.
- (2010): «The YouTubification of politics, impoliteness and polarization», en R. TAIWO (ed.), *Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication: Language Structures and Social Interaction*, Hershey, PA: IGI Global, 540-563.
- (2013): «El modelo del género y la des/cortesía clasificatoria en las valoraciones de *Sálvame* por parte de la audiencia», en Catalina FUENTES (coord.), *(Des)cortesía para el espectáculo: estudios de pragmática variacionista*, Madrid: Arco Libros.
- GRINDSTAFF, Laura (2002): *The money shot. Trash, class, and the making of TV talk shows*, Chicago/London: The University of Chicago Press.
- HARRIS, Sandra (2001): «Being politically impolite: extending politeness theory to adversarial political discourse», *Discourse and Society* 12 (4): 451-472.
- HERRING, S.C. (2004): «Computer-Mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior», en S.A. BARAB, R. KLING, y J.H. GRAY (eds.), *Designing for Virtual Communities in the Services of Learning*, New York: Cambridge University Press, 338-376.
- HUTCHBY, Ian (2008): «Participants' orientations to interruptions, rudeness and other impolite acts in talk-in-interaction», *Journal of Politeness Research* 4 (2): 221-243.
- KIENPOINTNER, Manfred (1997): «Varieties of rudeness: types and functions of impolite utterances», *Functions of Language* 4 (2): 251-287.

- LOCHER, Miriam y Richard J. WATTS (2008): «Relational work and impoliteness: negotiating norms of linguistic behaviour», en Derek BOUSFIELD y Miriam A. LOCHER (eds.), *Impoliteness in Language*, Berlin and New York: Walter de Gruyter, 77-101.
- LORENZO-DUS, Nuria (2007): «(Im)politeness and the Spanish media: The case of audience participation debates», en María E. PLACENCIA y Carmen GARCÍA (eds.), *Research on Politeness in the Spanish-Speaking World*, Mahwah, NJ & London: Lawrence Erlbaum Associates, 145-166.
- (2008): «Real disorder in the court: an investigation of conflict talk in US courtroom shows», *Media, Culture and Society* 30 (1): 81-107.
- (2009a): *Television discourse: Analyzing language in the media*, London: Palgrave MacMillan.
- (2009b): «'You're barking mad, I'm out': Impoliteness and broadcast talk», *Journal of Politeness Research* 5(2): 159-187.
- , Pilar GARCÉS-CONEJOS BLITVICH y Pilar BOU-FRANCH (2011): «On-line polylogues and impoliteness: The case of postings sent in response to the Obama Reggaeton YouTube video», *Journal of Pragmatics* 43: 2578-2593.
- MARTÍN ROJO, Luisa (2000): «Enfrentamiento y consenso en los debates parlamentarios sobre la política de inmigración en España», *Oralia* 3: 113-148.
- MILLS, Sara (2002): «Rethinking politeness, impoliteness and gender identity», en Lia Litosseliti y Jane Sunderland (eds.), *Gender Identity and Discourse Analysis*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 69- 89.
- MONTGOMERY, Martin (1999): «Talk as entertainment: The case of *The Mrs Merton Show*», en Louann HAARMAN (ed.), *Talk about Shows: La Parola e lo Spettacolo*, Bologna: CLUEB, 101_150.
- PATRONA, Marianna (2006): «Conversationalization and Media Empowerment in Greek Television Discussion Programs», *Discourse and Society* 17, 1: 5-27.
- PÉREZ DE AYALA, Soledad (2001): «FTAs and Erskine May: conflicting needs? Politeness in Question Time», *Journal of Pragmatics* 33 (2): 143-170.
- PIIRAINEN-MARSH, Arjia (2005): «Managing adversarial questioning in broadcast interviews», *Journal of Politeness Research* 1: 193-217.
- RUIZ GURILLO, Leonor y Xosé PADILLA GARCÍA (2009): *Dime cómo ironizas y te diré quién eres. Una aproximación pragmática a la ironía*. Peter Lang, Frankfurt.
- TAGLIAMONTE, SALI (2012): *Variationist Sociolinguistics: Change, Observation, Interpretation*, Oxford: Wiley-Blackwell Publishers.
- WATTS, Richard J. (2003): *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press
- WATTS, Richard J. (2008): «Rudeness, conceptual blending theory and relational work», *Journal of Politeness Research* 4 (2): 289-318.

«SI LA BURGUESÍA VOLVIERA A GANAR, VENEZUELA SE VOLVERÍA A HUNDIR»: LA HIPOTETICALIDAD COMO ESTRATEGIA EN EL DISCURSO POLÍTICO

Adriana Bolívar

Universidad Central de Venezuela

RESUMEN

La hipoteticalidad es un recurso estratégico poderoso en la confrontación política. En este trabajo se estudia cómo se expresó lingüísticamente y con qué funciones políticas en la contienda electoral presidencial de 2012 en Venezuela en la que el presidente Hugo Chávez Frías y Henrique Capriles Radonski fueron los principales candidatos. El marco analítico abarca las dimensiones ideológica, lingüística e interaccional. Se analiza un corpus de noticias de la prensa escrita nacional y regional. El estudio muestra que la hipoteticalidad jugó un importante papel en la reelección de Chávez por tercera vez porque contribuyó a promover la imagen de un oponente «peligroso» para la estabilidad del país. La prensa escrita, por su parte, ayudó a diseminar un discurso de polarización y de miedo.

PALABRAS CLAVE: hipoteticalidad, noticias, Venezuela, campaña electoral, Chávez, descortesía.

ABSTRACT

Hypotheticality is a powerful strategic linguistic resource in political confrontation. In this paper we identify its forms and functions in the Venezuelan electoral campaign of 2012 for electing president, in which the main candidates were Hugo Chávez Frías and Henrique Capriles Radonski. The analytical framework covers the ideological, the linguistic and the interactional dimensions. A corpus of news from the written national and regional press is analysed. The study shows that hypotheticality played an important part in Chávez' reelection for the third time because it contributed to representing the oponent as «dangerous» for the stability of the country. The news in the written press, in turn, contributed to disseminating a discourse of polarization and fear.

KEY WORDS: hypotheticality, news, Venezuela, electoral campaign, Chávez, impoliteness.

1. INTRODUCCIÓN

En el discurso electoral los políticos tienden a evaluar lo que otros han hecho o dejado de hacer, pero también lo que podrían hacer en el futuro si es que llegarán a controlar el poder. Esta es una forma de evaluar el comportamiento y pensamientos de los adversarios recurriendo a distintas estrategias para ganar ventaja. Una de ellas

es la hipoteticalidad que definimos de manera amplia como un fenómeno discursivo que se expresa mediante el uso de distintos recursos del lenguaje para referirse a un mundo que no es de hechos reales sino posibles, imaginados o deseados, con el propósito de evaluar los eventos y a los participantes, sus acciones y pensamientos. Este proceso, a su vez, se marca por el tipo de interacción entre los interlocutores pues la forma que pueda tomar la hipoteticalidad depende de las relaciones interpersonales y de las intenciones o propósitos comunicativos de los participantes en el diálogo (Bolívar, 2010). Al mismo tiempo, la prensa tiene un importante papel en la representación de lo que es el diálogo político (Bolívar y Vasilachis de Gialdino, 2011) y, por lo tanto, tiene una gran responsabilidad en la construcción de modelos mentales y contextuales para la interpretación de los acontecimientos (van Dijk, 2002, 2008, 2009).

Frases como la que aparece en el título de este artículo ocurren a menudo en el discurso electoral con el propósito comunicativo de presentar una situación posible o imaginada en el futuro, con la función discursiva estratégica de desacreditar al oponente para dañar o destruir su imagen. En este caso son palabras del presidente Hugo Chávez Frías¹ en la campaña electoral presidencial de 2012 en la que compitió y obtuvo la victoria contra Henrique Capriles Radonski. Chávez llevaba 14 años en el poder y se lanzaba a su tercera reelección, sin dejar el cargo de presidente, apoyado principalmente por el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) y otros partidos pequeños de izquierda; Henrique Capriles Radonski participaba por primera vez como candidato del Movimiento por la Unidad Democrática (MUD) que aglutinaba a un número de diversos partidos tradicionales y otros de reciente creación.

El fenómeno discursivo que llamamos hipoteticalidad estuvo presente y fue recurrente en el discurso del presidente/candidato Chávez durante toda la campaña electoral, que se inició el 3 de julio y finalizó el 4 de octubre de 2012. Durante los tres meses que precedieron a las elecciones del día 7 de octubre, la prensa se hacía eco de este discurso y publicaba frases resaltantes en titulares y textos noticiosos que contribuían a darle dramatismo a la contienda electoral (Charaudeau, 2005). Uno de los temas centrales de la campaña de Chávez fue la idea de que la oposición (englobada por él bajo los nombres de «la burguesía» o «la derecha») no reconocería los resultados y desestabilizaría el país recurriendo a la violencia (Bolívar, en prensa). Por esa razón, decidimos examinar en detalle las noticias publicadas sobre el candidato/presidente Chávez con el objetivo de describir y evaluar la manifestación de la hipoteticalidad como estrategia política, lingüística e interaccional en un gobierno catalogado por polítólogos e historiadores como populista de tipo autoritarista-militarista (Arenas, 2007; Carrera Damas, 2011; Romero, 2006). Nuestro objetivo en este trabajo fue

¹ Despues de haberse escrutados 97% de las actas, Hugo Chávez obtuvo el 55,1% de los votos (8.062.056) y Henrique Capriles el 44,2% (6.468.450). La oposición obtuvo la cifra más alta alcanzada en los últimos 15 años. (*El Nacional*, 9 de octubre de 2012, p. 1). El presidente Chávez no pudo ser juramentado en su cargo debido a que se encontraba en Cuba en tratamiento contra el cáncer. Falleció el 5 de marzo de 2012. De acuerdo con la Constitución venezolana se debían realizar nuevas elecciones.

averiguar de qué manera la prensa escrita recogió el discurso de hipoteticalidad de Chávez y qué estrategias políticas resaltó.

2. EL MARCO ANALÍTICO

La hipoteticalidad, como es concebida en este trabajo, tiene funciones que se definen de acuerdo con el contexto y, por lo tanto, se puede estudiar en los planos social, lingüístico y discursivo. Por eso, el análisis que se propone contempla tres grandes dimensiones: la ideológica, la lingüística y la interaccional. La ideológica porque los significados políticos se construyen en la lucha discursiva por el poder; la lingüística porque los actores políticos emplean intencionalmente ciertos recursos del lenguaje para obtener sus fines y así legitimarse o deslegitimar a los oponentes; e interaccional porque las selecciones lingüísticas dependen en gran medida de la relación armónica o no entre los participantes en la interacción.

2.1. LA HIPOTETICALIDAD COMO ESTRATEGIA IDEOLÓGICA

Para poder estudiar el fenómeno de la hipoteticalidad como estrategia es necesario ubicarnos en el contexto social y político que, en este caso, es una campaña electoral en Venezuela, un país marcado por la confrontación entre grupos antagónicos desde que el presidente Chávez ascendió al poder en 1999 (Montero, 2002, 2003) y en el que la descortesía ha jugado un papel importante en la interacción política nacional (Bolívar, 2001, 2002, 2005a, 2007a) e internacional (Bolívar, 2008, 2009). La hipoteticalidad tiene una función ideológica porque sirve como estrategia de auto-legitimación y/o deslegitimación, como ocurre en el discurso de presidentes norteamericanos cuando tratan de justificar sus acciones bélicas, particularmente con el uso del futuro hipotético (Reyes, 2011). En el caso de Chávez, su objetivo político era la autolegitimación como líder de la revolución bolivariana en Venezuela y América Latina, y la deslegitimación de «la derecha»², representada por el candidato opositor.

Junto con la hipoteticalidad, la estrategia de polarización entre «ellos» y «nosotros» se torna fundamental en el discurso ideológico. En el plano discursivo, se trata de minimizar los logros del oponente y de maximizar los propios, así como de minimizar los errores propios y maximizar los del otro (van Dijk, 2003, 2009). En el discurso de Chávez, la estrategia se materializa en dos niveles: por un lado se construye discursivamente un «enemigo» a quien se culpa de los males, como

² La referencia de Chávez a «la derecha» es una estrategia ideológica de ocultamiento pues, aunque es cierto que en la oposición se encuentran grupos considerados de derecha, está integrada por una variedad de partidos, entre los cuales también participa la izquierda en partidos como Bandera Roja o el MAS (Movimiento al Socialismo).

sucede en el discurso populista en el que se buscan culpables más que responsables (Charaudeau, 2009, 2011) y, por otro, se invita a los electores a imaginarse los efectos nefastos que tendría la victoria del contendor. De este modo, los electores se sienten amenazados, se atemorizan y votan por el candidato que les ofrece mayores garantías de seguridad, como ha sucedido en otros países latinoamericanos en los que el miedo ha inhibido a los electores (Plantin y Gutiérrez Vidrio, 2009). En la contienda de 2012, la meta del candidato/presidente Chávez era convencer a sus partidarios de la necesidad de «profundizar» la revolución bolivariana y el socialismo del siglo XXI, mientras que la del candidato Capriles era convencer de que el socialismo había fracasado.

2.2. LA HIPOTETICALIDAD COMO ACCIÓN LINGÜÍSTICA

La hipoteticalidad tiene su base formal en la expresión de la modalidad epistémica en la que la cláusula es interpretada en su función de representación del mundo, manifestada en los grados de certeza que expresan las proposiciones (Halliday, 1994). El hablante en este caso no se compromete con la verdad de lo expresado (puede ser, tal vez, supuestamente, etc.). En este nivel es importante el proceso verbal mediante el cual se representa la experiencia, particularmente los procesos mentales y afectivos o desiderativos (creo, quiero). Desde el punto de vista interaccional se trata de una forma de negociar el conocimiento del mundo en el que un participante decide enfatizar los eventos posibles, no los hechos del pasado o del presente. Por eso, se tornan importantes el tiempo futuro (vencerá) y condicional (vencería) así como el modo subjuntivo, que se usa en español para referirse a «situaciones pensadas, deseadas o imaginadas» (Sedano, 2011: 201). También tiene un papel importante el imperativo que invita a imaginar (imaginemos que, supongamos que, imaginen). En un nivel gramatical inferior a la cláusula, la hipoteticalidad también puede expresarse en grupos preposicionales o nominales o en el léxico (sustantivos, adverbios).

Más allá de la gramática de la oración, la hipoteticalidad puede detectarse en los textos mediante la identificación de patrones textuales que consisten de segmentos de una o más oraciones con distintas funciones semánticas y discursivas, como se observa en patrones del tipo Situación/ Evaluación (Winter, 1994), Situación/Problema/Solución/Evaluación (Hoey, 2001), Hipoteticalidad-Realidad (Tadros, 1994) o patrones estructurales de Inicio, Seguimiento y Cierre (Bolívar, 1994, 2005b) que podrían construirse desde una postura hipotética.

Desde la perspectiva de la gramática del discurso, la hipoteticalidad forma parte de la noción de implicación (*implication* en inglés) que, a su vez, abarca diversos recursos lingüísticos mediante los cuales «unidades superficiales como la oración y los párrafos (y ocasionalmente discursos completos) se organizan de manera lógica más que temporal» (Longacre, 1996: 67). Según Longacre, las relaciones semánticas son variadas, pero todas pueden contener como antecedente o consecuente alguna forma de si/entonces. Por eso, las formas más simples son las condicionales, pero también están las de causalidad, las contrafácticas y las advertencias. La hipoteticalidad es parte de la condicionalidad y se puede estudiar como a) condiciones puras (si/entonces),

b) condiciones con cuantificador universal en uno de las partes (cuando quiera que, dondequiera que, quien quiera que, aun cuando), c) contingencias (ciertos usos de cuando) y d) proporciones (afirmaciones correlativas como mientras más... más).

Otra forma de aproximarse al problema es a través del estudio de los modos y los tiempos verbales en español. Haverkate (2002) llega a la conclusión de que existe una relación entre los modos, los tiempos y la forma en que los hablantes expresan su percepción de la realidad. Él propone una escala que contempla cuatro puntos en un continuum de *realis-irrealis* (Haverkate, 2002: 26): lo real, lo probable, lo posible y lo no real. El cuadro 1 resume su planteamiento con la realización gramatical y con ejemplos del autor.

CUADRO 1: PUNTOS EN LA ESCALA <i>REALIS-IRREALIS</i> .		
PUNTO EN LA ESCALA	REALIZACIÓN	EJEMPLOS
Real (lo factual)	Modo indicativo	Mis padres están de vacaciones
Probable	Futuro del indicativo	El vecino de enfrente estará en casa; todas las luces están encendidas
Possible	Condicional de posibilidad	Según las últimas noticias las tropas enemigas estarían a punto de retirarse
No real	Condicional perfecto	Si el portero no hubiera jugado tan bien, habríamos perdido el partido

(Adaptado de Haverkate, 2002: 26).

En relación con estos cuatro puntos, Haverkate advierte:

El impacto de estas categorías funcionales de la verdad no debería ser subestimado puesto que la organización de la realidad humana descansa en un grado importante en la forma en que se perciben y reportan la factualidad, la potencialidad o la no factualidad de los estados de las cosas que son foco de nuestro interés. Basta con decir que no pocos diálogos y discusiones de naturaleza formal e informal se concentran en los grados de verdad o credibilidad de la información (Haverkate, 2002: 26)³.

³ Traducción de la autora, del original: The impact of these truthfunctional categories should not be underestimated since human organization of reality rests to an important extent on the way the factuality, potentiality or the non-factuality of the states of affairs that are in our focus of interest is perceived and reported on. Suffice it to say that not a few dialogues and discussions of both formal and informal nature concentrate on the different degrees of truthfulness and reliability of the information provided (HAVERKATE, 2002: 26).

2.3. LA HIPOTETICALIDAD EN LA INTERACCIÓN

En el contexto de la campaña electoral de 2012, los candidatos participaron en una contienda asimétrica porque Chávez tenía el doble rol de candidato y Presidente en ejercicio, lo cual le daba grandes ventajas, tales como disponer del canal del Estado y los medios radioléctricos, así como de las cadenas⁴ para informar sobre logros de la revolución, y apariciones como Jefe de Estado en las que hacía referencia a la campaña.

En toda interacción la evaluación, como categoría central del discurso (Bolívar, 2007), es fundamental para explicar cómo se expresan las visiones de mundo y las ideologías. En el contexto político y particularmente en las campañas electorales son fundamentales dos ejes evaluativos: el eje bueno-malo y el antes-ahora-después. Desde la perspectiva de Chávez la evaluación se concentraba en todo lo malo antes de su gobierno y lo bueno del suyo. Él después se concentraba en las promesas sobre lo que faltaba por hacer y en lo negativo que sería el gobierno de Capriles de llegar a ganar. Por lo tanto, dominaban las evaluaciones negativas sobre el otro y positivas sobre sí mismo.

Las evaluaciones negativas pueden proyectar distintos grados de amenaza a la imagen del otro. Desde un punto de vista socio-cultural, la descortesía puede ser usada intencionalmente y «siempre es agresión verbal del hablante al oyente» (Kaul de Merlangeon, 2005: 303). Aún más, en el campo político tiene una función socio-pragmática clave en la construcción de identidades de grupo, como se puede ver si aplicamos las categorías de autonomía y afiliación (Bravo, 2004) porque, en el fondo, el problema es reforzar la imagen de afiliación de grupo y la imagen de autonomía de grupo. El presidente Chávez usó la descortesía como estrategia desde el inicio de su mandato para enfrentar a sus adversarios nacionales e internacionales y auto-presentarse como líder poderoso. También la aplicó en la campaña de 2012 de forma más intensa pues no solamente fue descortés sino que invalidó al candidato Capriles como adversario desde antes de la campaña (Chávez dice que «le dará vergüenza» debatir con Capriles porque es «la nada», *El Nacional*, 19/06/2012). Durante toda la campaña no se refirió a Capriles por su nombre sino por el sobrenombre de «majunche»⁵ y el día en que lo mencionó por primera vez fue noticia⁶.

⁴ Las cadenas son transmisiones de la Presidencia de la República en la que se conectan simultáneamente todos los canales nacionales de televisión y también las estaciones de radio.

⁵ En el habla popular venezolana la palabra *majunche* se usa para referirse a algo de mala calidad o que no sirve.

⁶ Lo trató por su nombre por primera vez en una llamada telefónica después de ser conocida su victoria («El jefe del Comando Venezuela, Armando Briquet, dijo que Capriles le dio el trato de presidente de la República a Hugo Chávez y que este, por primera vez, le habló sin usar epítetos como 'la nada' o 'majunche'» (*El Nacional*, 9/10/2012, p. 2)).

3. EL CORPUS Y LOS PROCEDIMIENTOS

El corpus de este estudio estuvo constituido por 65 noticias relacionadas con la actuación de Chávez en la campaña electoral que contenían una o más señales de hipoteticalidad. Estas noticias fueron seleccionadas durante los meses de julio y agosto de 2012, después de habernos asegurado de que teníamos suficiente evidencia lingüística sobre la forma en que se expresó la hipoteticalidad en la campaña electoral. Los periódicos escogidos eran de circulación nacional y regional y se tomaron de una base de datos⁷ dedicada exclusivamente a recoger diariamente todas las noticias que se publicaban sobre Chávez y Capriles. Las noticias relacionadas con la campaña de Chávez en los dos meses llegaron a 191. De éstas, 65 (34, 03%) contenían una o más señales de hipoteticalidad.

El análisis se realizó de forma manual, buscando en cada noticia las señales lingüísticas reseñadas en la literatura y anotando otras que surgían del corpus. El foco principal estuvo en el léxico y en la gramática con atención a sus funciones pragmáticas y discursivas. Se identificaron también los patrones textuales del tipo Situación- Problema- Solución- Evaluación.

De acuerdo con nuestro marco teórico, examinamos las estrategias en el plano ideológico (la polarización nosotros-ellos), lingüístico (las marcas lingüísticas de la hipoteticalidad) e interaccional (las evaluaciones negativas y la descortesía con el oponente). Estas tres dimensiones se materializan simultáneamente en el discurso y es difícil aislarlas. Por esa razón, tomamos como punto de referencia las señales lingüísticas y explicamos en cada caso sus funciones en la interacción política.

4. LOS RESULTADOS

Los recursos de hipoteticalidad empleados por el candidato/Presidente Chávez fueron variados y se manifestaron en general con los recursos reseñados en la literatura, pero lo interesante es la forma en que fueron empleados.

4.1. «EL PLAN»: LA CONSTRUCCIÓN DEL ENEMIGO

La idea del «plan» fue repetida a lo largo de toda la campaña electoral y reiterada en las noticias del corpus. Hablar de un supuesto plan de la oposición permitía a Chávez asignar a sus adversarios el rol de desestabilizadores e irrespe-

⁷ La base de datos pertenece al *Proyecto Monitor Electoral 2012*, dirigido por la Dra. Anitza Freitez en el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. Durante la campaña electoral, se incorporaban diariamente las noticias sobre los dos candidatos, en periódicos nacionales y regionales, impresos y digitales: *El Nacional*, *El Universal*, *Tal Cual*, *El Correo del Orinoco*, *El Impulso* de Barquisimeto, *Panorama* (de Zulia), *La Voz de Guarenas*, *Sol de Margarita*, y otros.

tuosos de la Constitución, mientras él se presentaba como el defensor de las leyes. Esta es una estrategia ideológica con la que se ocultan sus propias transgresiones a la Constitución, tales como el golpe de estado que él lideró contra el gobierno de Carlos Andrés Pérez en 1992.

- (1) «El plan de la oposición es desconocer los resultados electorales el 7 de octubre» aseguró en el acto (*Panorama*, 27/07/12, p. 11).

De esta forma se puede ver cómo la hipoteticalidad también se expresa mediante sustantivos o grupos nominales (el plan, un plan), aunque la forma verbal señale el tiempo presente. De acuerdo con los datos del corpus, el plan adquiría connotaciones negativas cuando se trataba del plan de la oposición, pero positivas si era el plan del gobierno. Algo similar sucedió con el grupo nominal «el triunfo», como puede notarse en el ejemplo (2), en el que se presentan dos visiones, una que lleva una carga positiva (garantiza «seguir con sus vidas») y otra negativa, que se refiere a la posibilidad de que gane la burguesía.

- (2) «El triunfo nuestro le garantizaría seguir sus vidas y el triunfo de la gran burguesía desestabilizaría el país» acotó el candidato del oficialismo (*El Nacional*, 16/08/12, p. 3).

La hipoteticalidad como estrategia política se presentó asociada con la forma en que Chávez polarizó el discurso entre grupos antagónicos: uno «capitalista», «antipopular» y «apátrida», y otro patriota («de la patria») y militar («soldado»). Chávez recurrió a la construcción cognitiva de un candidato que representaba a un proyecto capitalista enemigo de la revolución socialista, en la que se enfrentaba un militar contra un civil.

- (3) «Los venezolanos elegirán entre el proyecto capitalista, antipopular y apátrida que representa el candidato de la burguesía (Capriles Radonski) y este proyecto, el de la patria, el de Venezuela que encarna este soldado, Presidente y candidato» (*El Impulso*, 13/07/12 B5).

4.2. LOS ATRIBUTOS DEL ENEMIGO: ADJETIVOS Y VERBOS

Los rasgos del enemigo hipotético fueron asignados mediante epítetos e insultos que construyeron la imagen de una oposición y de un candidato que, desde la perspectiva revolucionaria, se caracterizan en el corpus por ser: conspiradores, dependientes, culpables de la miseria, apátridas, traidores, tramposos, manipuladores, destructores, estafadores, corruptos, contrabandistas, mafiosos, peligrosos, desestabilizadores, entreguistas, irresponsables, majuncches.

Además de lo anterior, Chávez hizo uso de verbos de decir y de pensar para atribuir a la oposición acciones y pensamientos peligrosos con los cuales se hace creer que el enemigo tiene planes perversos como desatar la violencia porque piensan en ella (4) o buscan acciones dañinas como dividir (5) o desconocer resultados (6). El

candidato opositor en general se presenta como peligroso y un mal ejemplo (7). Nótese en el ejemplo (4) que la hipoteticalidad se expresa también con el uso de cláusulas contingentes con cuando (cuando empiezan ya a cantar fraude).

- (4) «Ya están derrotados» les dijo a sus adversarios. «Cuando la burguesía comienza ya a cantar fraude y a arremeter contra el Consejo Nacional electoral» y la Fuerza Armada y las instituciones «eso significa que están pensando ya en el plan de la violencia» (*Correo del Orinoco*, 02/07/12).
- (5) Advirtió que la oposición busca dividir a los altos mandos (pre-titular, *Correo del Orinoco*, 15/07/12, p.1).
- (6) Chávez reiteró que la oposición busca desconocer los resultados de las elecciones (titular *El Nacional*, 25/07/12, p. 2).
- (7) El Presidente Hugo Chávez afirmó este viernes desde su acto político en Antímano, Caracas, que la burguesía pretende desacatar las normas impuestas por el Consejo Nacional Electoral (CNE) y esto es «peligroso» ya que «desconocen la autoridad y esto es mal ejemplo para todos» (*ElNacional.com*, 03/08/12, 5:41 p.m.).

Los ejemplos citados refuerzan en el plano lingüístico la idea de un enemigo peligroso y despreciable. Todos los términos, altamente amenazantes para la imagen de los opositores, se inscriben en un tipo de descortesía intencional cuya meta es hacer creer que el candidato tiene un plan que significa un peligro a la estabilidad nacional.

4.3. CONDICIONALES CON FUTURO HIPOTÉTICO: ADVERTENCIAS Y AMENAZAS

Los condicionales fueron usados más que nada para advertir y amenazar de dos maneras. Por un lado, advertir a la oposición sobre su comportamiento y amenazarlos con acciones de parte del gobierno que los podrían perjudicar, como se ve en los ejemplos (8) y (9). En el (8) amenaza a la oposición de que activará un plan CH (Chávez) en el supuesto de que ellos preparen un plan; en el (9) acusa de mafioso a un gobernador opositor y lo amenaza de tener que salir del país⁸.

- (8) Advirtió a la oposición: Si preparan un plan B, recibirán plan CH (*Correo del Orinoco*, 02/07/12).
- (9) «El gobernador defiende a las mafias de contrabando ¡cuidado! Si sigue así, podría pasarte lo mismo que a su mentor, por meterse a delincuente. Un gobernador está obligado a cumplir y hacer cumplir las leyes. Es solo un consejo. Estaré muy pendiente de su actitud» dijo Chávez (*El Nacional*, 22/07/12 p. 5).

⁸ El mentor a quien hace referencia es Manuel Rosales, excandidato presidencial, quien se encuentra exiliado en Lima, Perú.

Junto con advertir a la oposición sobre lo que le podría suceder en caso de aplicar el supuesto plan, Chávez enumera los peligros que amenazan a los revolucionarios. El ejemplo (10) es sobre la amenaza de desestabilización que significaría la burguesía en el poder y el (11) el peligro de desaparición de las fuerzas armadas chavistas y revolucionarias.

(10) «Si llega un gobierno burgués, comenzará la desestabilización» (titular *El Nacional*, 23/07/12, p. 3).

(11) Chávez advirtió que si la oposición gana las elecciones habrá una cacería de brujas en las Fuerzas Armadas. «Él pertenece a una burguesía que nos subestima, y odia a la Fuerza Armada de hoy y a ustedes generales y admirantes [sic] (...) Comenzaría un descabezamiento porque los verdaderos generales a los que la burguesía aplaude no son ustedes, sino los generales traidores de la Plaza Altamira» (*El Nacional*, 17/07/12, p. 4).

El mayor peligro para los seguidores de Chávez, no obstante, sería para el pueblo, quien volvería a caer en el capitalismo y se sumiría en la miseria (12). Además, el candidato opositor eliminaría los programas de ayuda social como las Misiones (13). Pero el pueblo no se quedaría tranquilo y podría levantarse, lo cual es una amenaza para todos, pero especialmente para sus seguidores, quienes serían encarcelados y torturados (14).

(12) Reiteró que ese sistema económico está en crisis profunda, y manifestó que Europa «está resquebrajándose» por culpa de él. «El capitalismo sería volver atrás», expresó, y aseguró que el país se sumiría en la miseria si el «candidato burgués» resulta vencedor (*ElUniversal.com* 23/08/12).

(13) Afirmó que su contrincante, Henrique Capriles, trata de «enmascarar» su propuesta. Indicó que «si los burgueses llegan a ganar eliminarán Barrio Adentro, la Misión Mercal, la Gran Misión Vivienda, y retiraría el apoyo a los pescadores, entre otras ayudas sociales». (*ElUniversal.com* 23/08/12).

(14) Comentó que dicha situación llevaría al país a «una guerra civil», ya que «el pueblo no se quedaría con los brazos cruzados» mientras les arrebatan los beneficios que les dio la revolución bolivariana. Y advirtió que les tocaría «cárcel, asesinatos y torturas para los luchadores sociales» (*ElUniversal.com* 23/08/12).

4.4. SUBJUNTIVOS CON CONDICIONALES:

ADVERTENCIAS SOBRE EL PELIGRO

Los subjuntivos también fueron usados por Chávez para presentar el mundo hipotético del futuro nefasto que significaría un gobierno de Capriles y, al mismo tiempo, reforzar las razones para no darle el voto. Esto puede leerse en el ejemplo (15), en el que también se sugiere que el pueblo se levantaría si le quitaran lo que ya

ha obtenido (no lo permitiría). En el (16) sugiere que el pueblo perdería la libertad y la independencia económica.

(15) «Si la burguesía volviera a gobernar Venezuela se volvería a hundir la petroquímica, la economía y el pueblo en la miseria (...) comenzaría un proceso de desestabilización, porque la burguesía pretendería quitarle al pueblo lo que ha conseguido y el pueblo no lo permitiría» afirmó en conversación telefónica que sostuvo en Venezolana de Televisión (VTV) desde Maracaibo (Zulia), donde continúa y donde tiene previsto hoy inaugurar una nueva planta petroquímica en el complejo Ana María Campos (*El Universal.com*, 22/07/12, 1.20 pm).

(16) Durante su alocución, el presidente Chávez llamó a los trabajadores a defender la libertad obtenida, «Si perdiéramos la independencia de nuevo, todo esto se vendría abajo» acotó (*ElNacional.com*, 06/08/12, 1:02 pm).

También con la combinación de subjuntivo más condicional expresó el menor compromiso modal a obedecer las normas del Consejo Electoral, acompañado de la descalificación de la burguesía como irrespetuosa de las leyes⁹.

(17) «Si el Consejo Nacional Electoral decidiera que esos tres colores del corazón es usar los símbolos patrios, nosotros los retiraríamos, porque ese es el árbitro, en cambio la burguesía no respeta a las instituciones, la burguesía se da el lujo de retar a la Constitución. Nosotros somos humildes en eso» dijo Chávez a su llegada a una concentración en la parroquia Antímano (*ElUniversal.com* 03/08/12, 5:56 pm).

El subjuntivo también fue empleado por Chávez para reiterar su compromiso político y para enfatizar (hagan lo que hagan, pase lo que pase) que él sería imposible de vencer. En su discurso Chávez y el pueblo se funden para ser una sola entidad (18), con lo que refuerza su auto-presentación de líder poderoso.

(18) Acusó a los medios de comunicación de atacar con la mentira y el odio. «Esa artillería burguesa se dirige contra mí. Yo creo que ellos no han entendido, y quizás no entenderán jamás, que Chávez ya no soy yo, Chávez es un pueblo». Por eso, hagan lo que hagan, pase lo que pase, «no podrán con Chávez nunca jamás, Chávez no soy yo, Chávez es un pueblo invicto» (*Correo del Orinoco*, 02/07/12).

⁹ Según el Consejo electoral no se podían usar los símbolos patrios en la campaña electoral. Chávez ha usado la bandera y otros símbolos en todas sus campañas; en la de 2012 el candidato Capriles usó los colores de la bandera en su propaganda y también Chávez. Ninguno de los dos retiró la propaganda.

4.5. INDICATIVO PRESENTE CON TIEMPO FUTURO IMPLÍCITO: SENTENCIA/AMENAZA

El indicativo en presente fue usado en condicionales con el fin de amenazar, como en (19).

- (19) Chávez: si la burguesía no acata las normas está fuera de juego (titular *ElNacional.com*, 03/08/12, 5:41 pm).

4.6. LAS PREGUNTAS: EL DIÁLOGO CON EL PUEBLO

Una de las estrategias del discurso de Chávez a lo largo de su carrera política fue el diálogo directo con el público (Bolívar, 2003; Erlich, 2005), algo que es característico del discurso populista venezolano (Madriz, 2002; Bolívar, 2009b), pero que, en su caso, llegó a ser vital para vincularse afectivamente con su audiencia (Nieto y Otero, 2008) a través de los medios (Gualda, 2012). Todas las preguntas en los diálogos reportados por la prensa apelaron a procesos mentales cuyo objetivo es hacer pensar a sus seguidores, pero van acompañadas de otros procesos verbales en los segmentos que preceden o siguen a la pregunta (o en ambos) con el fin de precisar logros de la revolución, desacreditar al otro candidato y reforzar el compromiso ideológico.

4.6.1. *Compromiso ideológico + pregunta (peligro) + respuesta (promesa)*

- (20) «Esta es una revolución socialista y estamos haciendo justicia social, ¿ustedes creen que un gobierno del majunche continuará la Gran Misión Vivienda Venezuela? (...) En el 2019 no quedará ni una sola familia en Venezuela que no tenga su vivienda digna, porque es un derecho de toda familia, independientemente del sector social al que pertenezca. Todos tenemos los mismos derechos» señaló (*ElNacional.com*, 21/07/12, 6.51 am).

4.6.2. *Pregunta (situación) + problema (futuro en peligro)*

- (21) «ustedes creen que esa maravilla del complejo de Turmerito, esos apartamentos tan hermosos, esas comunidades que fueron condenadas a vivir en rancheríos miserables por el capitalismo, por la burguesía que gobernó este país, ¿ustedes creen que eso sería posible si no existiera la revolución de lo nuevo? Si llegara acá un gobierno burgués otra vez, comenzaría un proceso de desestabilización» expresó el jefe de estado (*El Nacional*, 23/07/12 p. 3).

4.6.3. Situación (logros) + Pregunta (problema)

- (22) Continuó diciendo que este año se destinó para el subsidio de alimentos, «que atiende aproximadamente a 13 millones de venezolanos, cerca de 10 mil millones de bolívares, ¿creen que un gobierno burgués subsidiaría a los alimentos del pueblo? (*ElNacional.com*, 28/07/12, 4:29 pm)

4.6.4. Situación (logro) + problema (peligro) + pregunta (evaluación)

- (23) «Se acabó la tercerización, si la burguesía llegara a gobernar de nuevo, se lo volverían a coger, volverían a tercerizar a los trabajadores y a usarlos para la mafia del contrabando. ¿Se dan cuenta de lo que nos estamos jugando?» (*El Nacional*, 05/08/12, 4:48 pm).
- (24) «Las misiones son el corazón del proceso bolivariano y han beneficiado a más de 20.000.000 de venezolanos en todo el país. ¿Ustedes creen que si la burguesía llegara a Miraflores de nuevo continuarían con las misiones? Segundo el candidato burgués yo estoy acabando con las misiones y él viene a salvarlas» (*ElNacional.com* 15/08/12, 7:37 pm).

En ocasiones la pregunta puede ser de tipo retórico al final de una intervención. Nótese en el ejemplo (25) cómo el candidato combina la pregunta que él responde y la pregunta retórica que evalúa la posibilidad negada de que la burguesía resuelva los problemas.

- (25) Con relación a este sector en Guayana, Chávez refirió que existe un gran debate en torno al tema: «¿que tienen problemas? Claro que los tienen pero ¿será la burguesía la que va a resolver estos problemas?» dijo (*ElNacional.com*, 18/08/12, 6:18 pm).

4.7. EL DIÁLOGO IMAGINADO

Una estrategia interesante fueron los diálogos imaginados por Chávez sobre las palabras que pronunciaría Capriles para no aceptar su derrota después de las elecciones. Esta forma de hipoteticalidad tiene la meta de descalificar al oponente como un desequilibrado y así minar su integridad mental.

- (26) «Dirá que no, que eso es imposible, dirá yo gané (...); el candidato burgués, en su desequilibrio, puede terminar siendo una víctima de su propio entorno», advirtió Chávez (*Sol de Margarita*, 21/08/12, p. 33).

4.8. «HAREMOS QUE SE ARREPIENTAN»: LA SOLUCIÓN A LOS PROBLEMAS

La atribución de acciones ilegales, violentas e injustas a la oposición es representada por Chávez como un problema hipotético que va a necesitar una solución. La solución es la que propone él mismo, de no permitir tal conducta (modalidad deóntica) y de castigar la posible osadía de la oposición (amenaza). El ejemplo que sigue es el sumario de una noticia que recoge completo el patrón Situación + Problema + Solución (no se los vamos a permitir... haremos que se arrepientan...). Esta noticia se publicó cuando todavía faltaba un mes para las elecciones. Se insiste en los planes de «la derecha venezolana» y no en los del candidato opositor. La fuerza ilocutiva de los verbos está intensificada (ellos «arremeten» contra el árbitro... van a «chocar» con nosotros) y la polarización está marcada explícitamente con los pronombres nosotros y ellos. En cada una de las oraciones hay señales de hipotetricalidad y se cierra con una amenaza de castigo (haremos que se arrepientan por 500 años de su osadía).

(27) «Los planes de la derecha» (título)

Hugo Chávez indicó que la derecha venezolana prepara un plan para desconocer los resultados de las elecciones presidenciales el próximo 7 de octubre. «Antes de que el CNE dé los resultados, es decir, a eso de las 6:00 de la tarde, van a decir que ganaron. Ellos son capaces de todo, para ellos no hay Constitución, no hay ley, arremeten contra el árbitro... Se están preparando para desconocer el triunfo del pueblo» aseveró.

«Cuando el CNE anuncie el triunfo del pueblo, ellos van a cantar fraude», aseguró Chávez, quien exhortó al pueblo a estar atentos ante las amenazas de la derecha y a no permitir la arbitrariedad: «Si a ellos se les ocurre incendiar el país, van a chocar con nosotros, no se los vamos a permitir».

«Si se atreverían [sic] a desconocer la voluntad del pueblo, en un sistema electoral de los más transparentes del mundo, haremos que se arrepientan por 500 años de su osadía, se van a arrepentir» expresó (*La Voz de Guarenas*, 24/08/12, p. 2).

5. CONCLUSIONES

En este estudio nos propusimos abordar el uso estratégico de la hipotetricalidad desde tres perspectivas, la ideológica, la lingüística y la interaccional. Nos concentraremos en el discurso del candidato/presidente Hugo Chávez en su última campaña electoral, cuando tuvo como oponente a Henrique Capriles Radonski. El análisis en el plano ideológico reveló que la principal función de la hipotetricalidad en el discurso populista autoritario-militarista es la de construir un enemigo que puede ser culpado de los males (la derecha, el capitalismo) y, en consecuencia, el candidato que supuestamente lo representa no es reconocido como adversario. En el plano lingüístico pudimos identificar una variedad de formas con funciones diferentes ya que los grupos nominales, verbales o adjetivales sirven para identificar al enemigo y descalificarlo, mientras que las formas condicionales, futuros y subjuntivos tienen la función de presentar situaciones hipotéticas perversas con las que se justifica el desprecio y el castigo a los no revolucionarios.

El análisis revela que la función de la hipoteticalidad, además de descalificar al enemigo con el fin de destruirlo, tiene la función estratégica de producir miedo. Esta emoción negativa se logra con las advertencias y amenazas en el discurso del candidato/presidente Chávez, que son recogidas por las noticias. Los datos proporcionan evidencia para afirmar que a través de las noticias se difunden varios tipos de miedo, a la miseria, al desempleo, a la violencia, a la guerra civil, a la desestabilización económica y política, a tener gobernantes crueles y desequilibrados, a perder los beneficios de la revolución y a ser castigados por no estar de acuerdo con ella.

El estudio también revela que la prensa escrita contribuye a representar el diálogo político como confrontación y así agudiza la polarización ya existente. Como lo presentan las noticias, el candidato/presidente Chávez no concede a los oponentes ningún espacio para dialogar. El trato verbal descortés se percibe como intencional con el fin de minar la estabilidad emocional de los venezolanos y ganar ventaja. Desde las teorías de la cortesía, esta actuación puede considerarse una clase de anti-cortesía (Zimmerman, 2005) similar a la que se da entre jóvenes masculinos para fortalecer su identidad de grupo, pero trasladada a la política con el fin de imponer el conflicto y la confrontación como modo de practicar la política. Vale la pena hacer notar que la hipótesis de que la oposición desestabilizaría el país no se cumplió, porque Capriles Radonski reconoció su derrota el mismo día, una hora después de anunciar los resultados oficiales. A pesar de ello, el tema de la conspiración del enemigo interno (la burguesía) y externo (el capitalismo) sigue vigente en el discurso oficialista de la revolución bolivariana.

La investigación llevada a cabo nos deja muchas preguntas sobre el uso de la hipoteticalidad en el discurso político y en la vida cotidiana. Nos preguntamos, por ejemplo, ¿de qué manera fue empleado este recurso por el candidato opositor?, ¿cómo la usan otros políticos en la misma línea de Chávez?, ¿cuáles serán los mundos hipotéticos que construyen los que no están de acuerdo con la revolución socialista?, ¿qué otras formas puede tomar la hipoteticalidad? El tema es fascinante. Apenas nos hemos acercado a un fenómeno discursivo que afecta nuestras vidas más de lo que podemos imaginar.

RECIBIDO: abril de 2013. ACEPTADO: octubre de 2013

BIBLIOGRAFÍA

- ARENAS, Nelly (2007): «Poder reconcentrado: el populismo autoritario de Hugo Chávez», *Politeia* 30: 23-63.
- BOLÍVAR, Adriana (1994): *The structure of newspaper editorials*, en Malcolm Coulthard (ed.), *Advances in written text*, Londres: Routledge, 276-294.
- (2001): «El insulto como estrategia en el diálogo político venezolano», *Oralia*, 4: 47-73.
- (2002): «Violencia verbal, violencia física y polarización a través de los medios», en Lourdes MOLERO y Antonio FRANCO (eds.), *El discurso político en las ciencias humanas y sociales*, Caracas: Fonacit, 125-136.

- (2003): «Nuevos géneros discursivos en la política. El caso de Aló Presidente», en Leda BERARDI (comp.), *Análisis crítico del discurso. Perspectivas latinoamericanas*, Santiago de Chile: Frasis Editores, 101-130.
- (2005a): «Descortesía y confrontación política. Un análisis crítico», en Diana BRAVO (ed.) *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, Edice y Editorial Dunken: Estocolmo-Buenos Aires, 273-297.
- (2005b): *Discurso e interacción en el texto escrito*. Segunda edición. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- (2007a): «Dialogue and confrontation in Venezuelan political interaction», *AILA Review* 18, 3-17, en Teun A. VAN DIJK (ed.), *Discourse Studies*, vol. I, capítulo 10, Los Ángeles, London, New Dehli, Singapore: Sage Publications, 261-274.
- (2007b): «El análisis interaccional del discurso: del texto a la dinámica social», en Adriana BOLÍVAR (comp.), *Analís del discurso. Por qué y para qué*, Caracas: Los Libros de *El Nacional*, 249-277.
- (2008): «‘Cachorro del Imperio’ versus ‘cachorro de Fidel’: los insultos en la política latinoamericana», *Discurso y Sociedad* 2, 1: 1-38. Revista electrónica, disponible en www.dissoc.org.
- (2009a): «‘¿Por qué no te callas?’: los alcances de una frase en el (des)encuentro de dos mundos», *Discurso y Sociedad* 2, 1: 87-115. Revista electrónica disponible en www.dissoc.org.
- (2009b) (Coord.): *El análisis del discurso político: discurso populista, discursos alternativos y accidentes discursivos*. Número monográfico de *Discurso y Sociedad* 3, 2. Disponible en www.dissoc.org.
- (2010): «Dialogue in the dynamics of political practice», en Dale April KOIKE, & Lidia RODRÍGUEZ-ALFANO (eds.), *Dialogue in Spanish. Studies in functions and contexts*, 159-188. Amsterdam: John Benjamins.
- e Irene VASILACHIS DE GIALDINO (2011): «Introducción. El diálogo en la ocupación y en la resistencia». *Discurso y Sociedad* 5, 1:1-8. Revista electrónica disponible en www.dissoc.org.
- BRAVO, Diana (2004): «Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías de la cortesía», en Diana BRAVO y Antonio BRIZ (eds.): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel, 15-37.
- CARRERA DAMAS, Germán (2011): *El bolivarianismo-militarismo, una ideología de reemplazo*, Caracas: Editorial ALFA.
- CHARAUDEAU, Patrick (2005): *Discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert.
- (2009): «Reflexiones para el análisis del discurso populista». *Discurso y Sociedad* 3, 2: 253-279. Revista electrónica disponible en www.dissoc.org
- (2011): «Las emociones como efectos del discurso», *Revista Versión* 26: 97-118.
- ERLICH, F. (2005): «La relación interpersonal con la audiencia. El caso del discurso del presidente venezolano Hugo Chávez», *Revista Signos* 38, 59: 287-302.
- GUALDA, R. (2012): *The discourse of Hugo Chávez in Aló Presidente: establishing the Bolivarian revolution through television performance*. Tesis doctoral. Universidad de Austin, Texas.
- HALLIDAY, Michael (1994): *An introduction to functional grammar*. Londres: Edward Arnold.
- HAVERKATE, Henk (2000): *The syntax, semantics and pragmatics of the Spanish mood*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- HOEY, Michael (2001): *Textual interaction. An introduction to discourse analysis*, Londres: Routledge.
- KAÚL DE MARLENGEON, Silvia (2005): «Descortesía de fustigación por afiliación exacerbada o refractariedad», en Diana BRAVO (ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales*

- y aplicaciones a corpora orales y escritos*, Edice y Editorial Dunken: Estocolmo-Buenos Aires, 299-318.
- LONGACRE, Robert (1996 [1983]): *The grammar of discourse*. Nueva York: Plenum Press.
- MADRIZ, María Fernanda (2002): «La noción de pueblo en el discurso populista», *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso* 2, 1: 69-92.
- MONTERO, Maritza (2002): «Militarización de la política, politización de los militares. Un análisis psicopolítico», en Lourdes MOLERO DE CABEZA y Antonio FRANCO (eds.), *El discurso político en las ciencias humanas y sociales*, Caracas: Fonacit, 159-173.
- (2003): «Retórica amenazante y crisis de gobernabilidad en Venezuela», *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad*, 4, 3: 37-56.
- NIETO Y OTERO, M.J. (2008): *Una caracterización pragmalingüística de la vinculación afectiva en el discurso político*. Tesis doctoral. Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela.
- PLANTIN, Christian y Silvia GUTIÉRREZ VIDRIO (2009): «La construcción política del miedo», en Martha SHIRO, Paola BENTIVOLGLIO y Frances D. ERLICH (eds.), *Haciendo Discurso. Homenaje a Adriana Bolívar*, Caracas: Universidad Central de Venezuela, 491-509.
- REYES, Antonio (2011): «Strategies of legitimization in political discourse: From words to actions», *Discourse & Society* 22, 6: 781-807.
- ROMERO, Juan Eduardo (2006): «Algunas claves para comprender el discurso político de Hugo Chávez (1998-2004)», *RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas* 5,1: 99-214.
- SEDANO, Mercedes (2011): *Manual de gramática del español, con especial referencia al español de Venezuela*, Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- TADROS, Angela (1994): «Predictive categories in expository texts», en Malcolm COULTHARD (ed.), *Advances in written text analysis*, Londres: Routledge, 69-82.
- VAN DIJK, Teun Adrianus (2002): «Political discourse and political cognition», en Paul CHILTON & Christine SCHÄFFNER (eds.), *Politics as text and talk. Analytical approaches to political discourse*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 203-237.
- VAN DIJK, Teun Adrianus (2003): *Ideología y discurso*, Barcelona: Ariel Gedisa.
- VAN DIJK, Teun Adrianus (2006): «Discurso y manipulación: discusión teórica y algunas aplicaciones», *Revista Signos* 60: 49-74.
- VAN DIJK, Teun Adrianus (2008): *Discourse and context. A sociocognitive approach*, Cambridge: Cambridge University Press.
- VAN DIJK, Teun Adrianus (2009): *Discurso y poder*, Barcelona: Gedisa.
- WINTER, Eugene (1994): «Clause relations as information structure: two basic text structures in English», en Malcolm COULTHARD (ed.), *Advances in written text analysis*, Londres: Routledge, 46-68.
- ZIMMERMAN, Klaus (2005): «Construcción de la identidad y anticortesía verbal. Estudio de conversación entre jóvenes masculinos», en Diana BRAVO (ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, Edice y Editorial Dunken: Estocolmo-Buenos Aires, 245-271.

LA IMAGEN DEL POLÍTICO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS (DES)CORTESES UTILIZADAS EN LA ENTREVISTA TELEVISIVA NO ACOMODATICIA¹

Ester Brenes Peña
Universidad de Córdoba

RESUMEN

En el medio televisivo español, la entrevista a representantes políticos ha derivado hacia una interacción de carácter no acomodaticio en la que el periodista intenta obtener informaciones veraces aun a costa de degradar la imagen social del invitado. El presente trabajo intenta determinar los mecanismos mediante los cuales el representante político restaura su imagen social ante los millones de potenciales votantes. El análisis de entrevistas emitidas en el intervalo temporal 2009-2012 nos ha mostrado cómo la gestión de dicha imagen se sirve del realce de la autoimagen, la minusvaloración de la opción política contraria, la utilización estratégica del rol desempeñado, la imposición de la propia opinión, la descalificación del entrevistador y la transgresión del Principio de Cooperación.

PALABRAS CLAVE: (des)cortesía verbal, imagen social, entrevistas televisivas.

ABSTRACT

IN THE Spanish television, political interview has led to a non-accommodating interaction in which the journalist tries to get accurate information at the cost of degrading the face of the guest. This paper attempts to determine the mechanisms by which the political representative restores their face in front of millions of potential voters. Analysis of interviews emitted in the time interval 2009-2012 has shown how the face management uses the enhancement of self-image, the underestimation of the political option contrary, the strategic use of the role played, the imposition of one's opinion, the disqualification of the interviewer and the transgression of the cooperative principle.

KEY WORDS: verbal (im)politeness, face, television interviews.

INTRODUCCIÓN

En el terreno político, el éxito o fracaso de cualquier ideología ha estado siempre ligado al dominio de las técnicas oratorias. Como bien saben los representantes políticos, el lenguaje es «el camino mediante el cual los gobernantes y los aspirantes a

serlo pueden ganar adeptos para su causa» (Fernández García 2000:10). No obstante, en la sociedad actual, la relevancia de los medios de comunicación suma al factor comentado otro elemento: la gestión de la imagen social. A día de hoy, todo actor político, ya sea miembro del partido que ha alcanzado el poder o representante de la oposición, ha de saber manejar tanto las artes y técnicas oratorias como la visión que ofrece de él mismo y de su rival en los media. Piénsese, de hecho, en el gran influjo que ejerce en los potenciales votantes la actuación de los líderes políticos en los debates electorales televisados (Middleton 1962, Lledó Castejón 2001, Blas Arroyo 2011).

El presente trabajo aspira a determinar cómo gestionan la imagen social los representantes políticos españoles en un género concreto: la entrevista televisiva. La elección de este formato se debe a la evolución que ha ido sufriendo. En los últimos años, las entrevistas a personalidades del mundo de la política se han inclinado hacia la variante denominada por Garcés (2009) en el medio anglosajón como *news as confrontation*. El rasgo distintivo de esta nueva modalidad es el carácter inquisitivo del entrevistador, que, lejos de mantener una postura neutral ante lo emitido por el invitado, disiente de lo dicho por este, evitando en todo momento que consiga evadir las preguntas incómodas o imponer una visión partidista de las cuestiones tratadas, aunque para ello tenga que deteriorar su imagen social. En definitiva, el clima comunicativo destaca por la confrontación y el enfrentamiento entre ambos roles. La cuestión, por tanto, es: ¿cómo reacciona el invitado, un personaje político de máxima actualidad, ante los ataques de este entrevistador incisivo? ¿Qué estrategias de imagen y (des)cortesía verbal emplea para contrarrestar el deterioro de su propia imagen social?

Para poder alcanzar este objetivo, hemos seleccionado como material empírico doce entrevistas a personalidades del mundo de la política contenidas en el programa «Los desayunos de TVE» y emitidas en el intervalo temporal 2009-2012². La metodología empleada se identifica con la Lingüística pragmática, en la formulación de Fuentes Rodríguez (2000), lo que supone abordar el estudio de los recursos verbales en su contexto, contemplando la interacción de los planos micro, macro y superestructurales³.

¹ Este trabajo se enmarca dentro del Proyecto I+D+I «(Des)cortesía y medios de comunicación: estudio pragmático» (Ministerio de Ciencia e Innovación 2009-10515).

² Los días de emisión de los programas seleccionados son: 21-05-2009, 10-11-2009, 17-09-2009, 26-01-2010, 21-09-2010, 14-10-2010, 26-04-2011, 12-12-2011, 14-12-2011, 30-01-2012, 04-05-2012.

³ En FUENTES RODRÍGUEZ (2009) puede verse una descripción pormenorizada de los avances que supone la aplicación de esta metodología al análisis de los distintos elementos y estructuras lingüísticas.

EL CONCEPTO DE IMAGEN SOCIAL EN EL TERRENO POLÍTICO

El deseo de obtener el favor de los potenciales votantes explica el afán de los líderes políticos por ofrecer una imagen social determinada de sí mismos y degradar por completo la de cualquier opción ideológica contraria. El término de imagen social, proveniente de los trabajos de Goffman (1967), hace alusión a la representación que el hablante crea de sí mismo durante la interacción, esto es, a la forma en la que el emisor intenta ser percibido por el resto de interlocutores durante el intercambio comunicativo⁴. Lejos de corresponderse con la personalidad real del sujeto, la imagen social es el papel que el interlocutor decide representar y que va construyendo y modificando a lo largo del proceso comunicativo.

En discursos institucionales o semiinstitucionales como los que conforman nuestro corpus, el concepto de imagen conjuga dos vertientes complementarias que no pueden obviarse. Nos referimos a la distinción entre la dimensión pública y la privada de este término (Blas Arroyo 2001). En otras palabras, las necesidades de imagen de los entrevistadores y los personajes entrevistados en estas interacciones contempladas por millones de telespectadores son notablemente diferentes de las que poseen estas mismas figuras en su esfera familiar.

Por otra parte, hay que tener también en cuenta que este concepto no alude solo a la *face* del individuo, sino que también se relaciona con las personas más cercanas a este (Culpeper 1998). La imagen de grupo, o la imagen que posee el sujeto en relación con el conjunto de individuos al que pertenece, es fundamental. En el material empírico analizado, de hecho, los entrevistados acuden al programa siempre en calidad de miembro o representante de una opción ideológica concreta. De ahí que la entrevistada en el siguiente fragmento pueda justificar su negativa a contestar el interrogante planteado basándose en el hecho de que no posee una opinión personal al respecto, sino colegiada. En el ámbito político, el peso y la importancia de la imagen grupal tienen más fuerza que la imagen social individual⁵. El individuo queda relegado a un segundo plano:

⁴ Esta diferencia es especialmente interesante en los géneros televisivos. Como bien advierte CULPEPER (2005: 50) en su análisis de los enunciados pronunciados por la presentadora de un conocido concurso televisivo: «References to Anne Robinson in this paper are references to the person constructed by Anne Robinson; they do not refer to the 'real' Anne Robinson, unless otherwise stated». En el mismo sentido, el trabajo de WEIZMAN (2006) aborda las relaciones existentes entre la imagen social, el rol interactivo y la identidad personal en las entrevistas a personalidades políticas de la televisión israelí.

⁵ FUENTES RODRÍGUEZ (2013), basándose en las teorías de la identidad surgidas de la Sociología (BUCHOLTZ-HALL 2005), liga el concepto de imagen social a lo individual, prefiriendo el término de identidad para hacer alusión a este carácter grupal.

(1) ER⁶: [sí] pero yo le he preguntado no en lo legal/ insisto/ en lo político ¿a usted le gustaría que estén o no?

EO: es que yo no tengo una opinión personal/ tengo opinión colegiada§

ER: § pues eso/
políticamente§

EO: §no/ no/ la colegiada que decidamos en la mesa el jueves a las ocho y media de la tarde/ basándonos en los informes que nos dará la Secretaría General del Congreso⁷

(14-12-2011)

Y, por último, no podemos olvidarnos del influjo que en la configuración de esta imagen social posee el rol concreto que el individuo desempeña en un momento dado, entendiéndose este término como la multiplicidad de papeles que los hablantes van ejecutando cotidianamente (Goffman 1967). La relevancia de este concepto es tal que «el componente de autoridad en una posición relativa jerárquicamente asimétrica (jefa-empleado), puede ser anulado en una actividad donde la misma persona participe en otra relación de roles (médico-paciente)» (Bravo 2004:29). En el caso de la entrevista televisiva, es especialmente interesante atender a los dos tipos de roles diferenciados por Weizman (2006), el interactivo y el social⁸:

In news interviews, role relations are at play on at least two levels: the interactional and the social. Whereas the former has to do with the division of roles predetermined by discursive expectations pertaining to the communication event, the latter is concerned mostly with the interviewee's status in the political arena. (Weizman 2006:174)

De esta forma, desde el punto de vista interactivo, nos encontramos con los roles de entrevistador-entrevistado, roles cuya adopción supone la aceptación de una serie de obligaciones y entre los que se establece una relación funcionalmente asimétrica, como explicaremos con más detalle a continuación. Y, al mismo tiempo, desde la perspectiva más social, el hecho de que el invitado a estos programas ejerza

⁶ En aras de una mayor neutralidad, hemos preferido aludir a los participantes en este evento comunicativo según el rol desempeñado, omitiendo su nombre y apellidos. De esta forma, hemos reservado la sigla ER para aludir al entrevistador, y EO para el entrevistado.

⁷ En la transcripción de los ejemplos se utiliza las convenciones adoptadas por el grupo VAL.Es.CO (2003).

⁸ Esta visión compleja de la imagen social ha sido defendida también por otros autores como SPENCER OATEY (2002, 2005, 2007, 2008). En la formulación de esta autora (2002, 2007, 2008), la imagen social se compone de dos dimensiones: *quality face* y *social identity face*. La primera de ellas se relaciona con el concepto de autoestima, dado que alberga los valores y cualidades que los interlocutores reclaman como propios. La segunda alude a la necesidad del individuo de ver confirmada su propia identidad social o rol. En su trabajo de 2005, Spencer Oatey redefine las distintas vertientes diferenciadas en el concepto de *face* proponiendo la existencia de una *respectability face*, relacionada con el prestigio y el honor, y una *identity face*, «claims to social membership» (SPENCER-OATEY 2005: 103). En el fondo, se trata de reivindicar las distintas dimensiones que conforman este concepto, y que van más allá de la simple imagen individual.

el rol de representante del partido político que posee el poder o de la facción que se sitúa en la oposición puede explicar la mayor presencia en su discurso de, respectivamente, alabanzas o descalificaciones de la gestión política realizada.

LA ENTREVISTA TELEVISIVA

La entrevista televisiva es un tipo de interacción desarrollada fundamentalmente a través del par adyacente pregunta-respuesta que nace con un propósito esencialmente informativo: conseguir de un personaje el mayor número de datos o valoraciones posibles acerca de los temas de mayor actualidad⁹ (Cebrián Herreros 1992, Martínez Vallvey 1995, Haverkate 1998). Según hemos adelantado, en este discurso intervienen dos roles: el entrevistador, el interlocutor encargado de realizar las preguntas y a quien le incumbe normalmente fijar el número y el contenido de las mismas, y el entrevistado, el hablante que ha de proveer la información requerida. No obstante, dado el carácter trilogal propio de toda emisión televisiva, el verdadero receptor de las palabras emitidas por el personaje invitado no es el periodista que desempeña el papel de entrevistador, sino la audiencia o los telespectadores¹⁰. Es más, el rol del entrevistador se concibe como el representante de la audiencia, como la persona que debe plantear al personaje invitado los interrogantes que posee la mayor parte de la población española (Arfuch 1995, Fernández García 2000).

La diferencia funcional existente entre ambos roles configura una interacción asimétrica (Cortés Rodríguez-Bañón Hernández 1997). El entrevistador siempre ocupará una posición superior en la jerarquía enunciativa de este formato, ya que él tiene el control sobre la planificación de las preguntas y, en cierto sentido, sobre la adecuación de las respuestas a ellas, pudiendo volver a cuestionar al entrevistado sobre el mismo punto si valora negativamente la calidad informativa de su contestación. En consecuencia, la norma de interacción esperable y cortés en este tipo de formato insta al entrevistador a intentar obtener la información solicitada al invitado manteniendo una postura amable, sin aludir a su superioridad funcional, creando un clima comunicativo agradable en el que el entrevistado, confiado, se muestre sincero. En palabras de Cortés y Bañón (1997:48): «el entrevistador no puede mostrarse demasiado explícito en su dominio, dado que esto afectaría negativamente

⁹ Si bien el tema sobre el que versa este género es de lo más variado, no podemos olvidar que el cariz del asunto tratado influye notablemente en el registro empleado. Según Martínez (1995:52), la incidencia de este factor es tal que «no se puede definir la entrevista sin especificar qué clase de entrevista es. De hecho, cabe la posibilidad —de hecho existe sin ningún género de dudas— que el adjetivo modifique en gran medida al sustantivo». En lo que respecta al material empírico analizado en el presente trabajo, la relevancia e interés del tema tratado impiden la utilización de un registro tan distendido como el empleado en las entrevistas a personajes de la crónica social (BRENES PEÑA 2013).

¹⁰ En ella se establece ese doble diálogo caracterizado porque: «aunque se plantea como una interacción entre, normalmente, dos personas, el objetivo último del acto comunicativo no es tal, sino el de ‘representar’ ese diálogo ante la audiencia, que se convierte en un tercer interlocutor, esta vez respecto a la globalidad del acto anterior, no ya respecto del orador político» (FERNÁNDEZ GARCÍA 2000: 30).

al comportamiento de su entrevistado». Es decir, como explica Fuentes Rodríguez (2006:75), en el género discursivo de la entrevista televisiva, la cortesía consistiría en «conseguir el máximo beneficio, la máxima información, pero alabando la imagen del otro. Lo lógico entonces sería crear un ambiente agradable para el receptor, para que se sienta cómodo y hable».

Lo interesante es que, frente a lo apuntado, en las entrevistas televisivas de los últimos años se está manteniendo la norma de interacción contraria. En el medio estadounidense, el aumento de los niveles permisibles en el empleo de la descortesía verbal por parte de la figura del entrevistador ha generado la variante denominada por Garcés (2009) como *interview as confrontation*. En este nuevo formato, la desconfianza hacia los representantes y líderes de este sector anima al periodista a no conformarse con lo expuesto por este sin indagar en la verdad de lo asertado. El entrevistador emplea un estilo más incisivo en el que, como periodista independiente, aspira a conseguir la verdad de lo planteado sin mostrarse colaborativo con el entrevistado, dudando de lo dicho por este y no conformándose con las respuestas evasivas. Se trata, según Arfuch (1995), de la figura del periodista-detective que persigue el mito de la primicia a través de un estilo tribunalicio o modelo adversarial (Casero Ripollés 2008) y que da lugar a un tipo de entrevistas de carácter no acomodaticio, una entrevista en la que «subyacen factores contextuales que provocan un comportamiento interactivo no cooperativo o incluso conflictivo» (Haverkate 1998:29). En concreto, el entrevistador utiliza dos estrategias descortesas consistentes en: a) explicitar su superioridad funcional con respecto al entrevistado en aras de forzar a este a responder a lo planteado, b) no mantener una postura neutral ante el tema tratado, intentando imponer su tesis, discrepando con el personaje invitado sobre lo dicho y descalificando la opinión del invitado. Nuestro objetivo ahora es desvelar cómo afronta e intenta reparar el entrevistado tales ataques a su imagen social.

LA GESTIÓN DE LA IMAGEN SOCIAL EN LA ENTREVISTA TELEVISIVA

El interlocutor cuya imagen social ha resultado degradada posee dos opciones: guardar silencio o responder al ataque, ya sea para aceptar la ofensa o para contraatacarla (Culpeper *et al.* 2003). No obstante, en el corpus seleccionado, la obtención del favor de los potenciales votantes solo puede alcanzarse mediante la segunda de las posibilidades planteadas, esto es, mediante el uso de estrategias que contraataquen y contrarresten el deterioro de su imagen social que conllevan algunas de las intervenciones del entrevistador. En general, la persuasión del electorado se sirve de la macroestrategia más habitual de la dinámica política, descrita por Van Dijk (2003) como la auto-presentación positiva de nosotros y la negativa de ellos. Se trata, por tanto, de combinar en el discurso actividades de realce de la autoimagen con estrategias de descalificación de la opción política contraria que, en última instancia y por la contraposición que encierran, también se dirigen al beneficio de la imagen social propia. Junto a ella, destacan también otras actividades de imagen y de descortesía verbal que se dirigen también al mismo fin como son la manipulación

del rol desempeñado, la descalificación del entrevistado y la emisión de respuestas evasivas que pueden llegar incluso a transgredir el Principio de Cooperación.

Según lo señalado, nuestro análisis ha de partir de una diferenciación esencial entre las actividades de imagen y las actividades de (des)cortesía verbal. En las teorizaciones iniciales sobre la (des)cortesía verbal (Brown y Levinson 1987), el centro de atención había sido exclusivamente la imagen social del receptor. Sin embargo, no puede negarse que, en determinadas ocasiones, la finalidad del hablante no es agradar o atacar a su interlocutor, sino realzar o deteriorar su propia imagen. Nos encontraríamos, por ende, no ante una actividad de (des)cortesía, sino ante una actividad de autoimagen. Como bien explica Bravo (2003:101), «Si, por ejemplo, digo que soy una persona sincera, no realizo una actividad de cortesía pero sí una de imagen». Es justamente lo que observamos en las dos primeras de las estrategias mencionadas, en la auto-presentación positiva del emisor y en el realce de la propia imagen mediante la degradación de la opción política contraria. En las entrevistas televisivas analizadas, los representantes de otras opciones políticas no están presentes. No obstante, el entrevistado puede servirse de la descalificación de este tercer interlocutor ausente para enaltecer su imagen social individual o grupal. El hundimiento del contrario implica la victoria del emisor. Por ello, precisamente, puede considerarse como un mecanismo de gestión de la propia imagen social.

Por otra parte, tampoco podemos obviar que, si bien el foco de la (des)cortesía verbal siempre es la imagen social del receptor, ello no implica que la imagen social del emisor no quede también afectada indirectamente. En las entrevistas analizadas, la adopción de un estilo discursivo excesivamente agresivo con respecto al entrevistador puede repercutir negativamente en la imagen social del político. A diferencia de lo que ocurre en otros géneros discursivos como el debate parlamentario o los *talk shows*¹¹, el mantener una actitud abiertamente descortés hacia el presentador de la entrevista televisiva puede generar una imagen del político como una persona que no respeta las convenciones sociales o que es incapaz de conducir su discurso por los cauces de la corrección. El ataque a la opción política contraria está justificado por el carácter agonial del discurso político, pero la degradación de la imagen social del entrevistador sobrepasa el comportamiento social propio del género. De ahí que, como veremos con más detalle, incluso los insultos o la confrontación más radicalizada se intenten formular con un tono mesurado:

(2) EO: yo sí tengo la representación de todo mi partido político en este ámbito/ y le tengo que decir que el PP considera que los servicios informativos de TVE no son unos servicios informativos imparciales objetivos/ se lo digo con un tono moderado y se lo digo con toda la tranquilidad del mundo

¹¹ En este sentido, LORENZO-DUS (2009: 164), en su análisis de la descortesía verbal presente en el programa televisivo británico «Dragons' Den», asegura que «Being able to carve an idiosyncratic face-attacking style, as it were, has proven a useful discursive means of turning some of the presenters of these shows into celebrities».

y se lo digo sin agresividad ninguna/ pero no confunda usted su opinión personal con lo que puede decir un partido político [en representación de ese partido político]

(26-04-11)

I. ACTIVIDAD DE REALCE DE LA AUTOIMAGEN

Según lo comentado supra, las actividades de autoimagen están presentes en aquellas intervenciones que persiguen fundamentalmente el realce o el deterioro de la propia imagen social con un fin argumentativo. En este sentido, es bastante frecuente que el personaje invitado a las entrevistas televisivas se afane por realzar determinados atributos socialmente valorados como positivos en relación con la imagen social del político, como es, por ejemplo, la sinceridad:

(3) EO: (...) a mis compañeros de partido siempre les digo LA VERDAD/ como a los ciudadanos/ sabe usted que eso me ha acarreado algunos disgustos/ decir siempre lo que pienso (...)

(30-01-2012)

Como puede observarse, el interlocutor focaliza la actividad de autoimagen realizada gracias a una pronunciación marcada, y le aporta una mayor fuerza al argumento que prueba o justifica lo dicho por medio de una estructura evidencial, *sabe usted*, que erige al entrevistador como garante de lo afirmado. En esta misma línea, aquellas preguntas comprometidas del entrevistador cuya respuesta puede erosionar la imagen del invitado o de su partido político son susceptibles de ser contrarrestadas gracias a las operaciones de autoimagen. En 4, el entrevistado evita presentarse como partidario o favorecedor de Amaiur justificando la decisión tomada por el sistema legal. De esta forma, además, favorece su propia imagen social, al autocalificarse como una persona que cumple escrupulosamente la ley:

(4) ER: dígame/ UPYD y Amaiur/ se tiene que decidir en estos días si tienen grupo parlamentario o no// qué piensa de esas dos opciones

EO: Pues mire/ sobre ese particular/ lógicamente/ he pedido criterio a los servicios jurídicos de la Cámara// en el caso de Amaiur/ no he podido decirlo con mayor claridad/ SI DE MÍ DEPENDIERA/ no tendría grupo propio/ pero es que en democracia las cosas no dependen de la voluntad del Presidente del Congreso/ dependen de/ del reglamento y de la ley/ y Amaiur tiene derecho/ LEGÍTIMO/ a grupo parlamentario/ tiene siete diputados/ no tiene derecho a un grupo de siete/ pero sí tiene derecho a un grupo de seis/ lo miren por donde lo miren/ y le aseguro que yo he mirado para intentar informar en sentido de que los amigos de ETA no se establecieran con un grupo parlamentario/ pero tienen derecho al grupo (...)

(12-12-2011)

Junto a todo ello, el político también puede servirse de la apelación a un atributo social positivo —en este caso la independencia ideológica y la fidelidad a los principios propios— con la meta de excusar su confrontación con lo dicho u opinado por el entrevistador y evitar, así, ser calificado como rudo o grosero:

(5) ER: sí/ pero Bono/ señor Bono/ no se me vaya porque luego dice que le doy lecciones/ y usted me da de Historia/ yo le digo/ ¿está el PSC en esa frase de Rubianes que acaba [de decir/ sí o no?]

EO: [no/ no/ no] pero déjeme/ para que termine de decirle/ porque si usted me invita/ yo le digo lo que quiero/ no lo que a [usted le gustaría oír]

ER: [sí/ pero yo le he hecho] una pregunta

EO: sí/ pero yo no voy a contestar lo que usted quiere/ le contesto lo que YO [creo=]

(12-12-2011)

2. ACTIVIDAD DE AUTOIMAGEN MEDIANTE LA DESCALIFICACIÓN DE LA OPCIÓN POLÍTICA CONTRARIA

Complementariamente al realce de la opción política representada, lo normal en las interacciones analizadas es que el entrevistado se afane por destruir completamente cualquier ideología contraria. Se trata, pues, de una actividad que persigue destacar la propia imagen social y obtener, al mismo tiempo, la afiliación con la audiencia, mediante la descalificación del tercer interlocutor ausente en la interacción. El foco de la degradación puede ser el representante de la opción política alternativa, o el grupo en general. El elemento denostado pertenece a su ideología, al terreno factual o al ámbito discursivo, y puede referirse tanto al presente como al pasado o al futuro. La legitimación de este tipo de ataques por la confrontación propia del discurso político explica que los interlocutores puedan presentar estas descalificaciones sirviéndose de recursos intensificadores como la reiteración (7) o elementos superlativos (8):

(6) EO: (...) por cierto/ ¿se acuerda del plan aquel del señor Rajoy? Llegaré a la Moncloa/ tendrá un plan/ el plan/ había plan/ sí/ llegar a la Moncloa/ a partir de ahí no había nada porque realmente no han hecho nada más que dar bandazos/ cambios...—>

(30-01-2012)

(7) EO: (...) harto de decirle que el señor Rajoy en el debate de investidura no dijo lo que sabía/ ni en eso ni en casi nada

(30-01-2012)

(8) EO: (...) y hemos tenido presidentes de todo tipo/ y/ el último/ el mayor actor/ el señor Bono/ y cada cual le da su estilo (...)

(14-12-2011)

La contraposición inherente al discurso político en general permite que la asociación de estos personajes a cualidades socialmente valoradas como negativas beneficie a la imagen social del emisor. En otras palabras, la acusación de falta de planificación o sinceridad del señor Mariano Rajoy presenta indirectamente al partido político del entrevistado como la opción política más fiable. Y lo mismo sucede con la transcripción 8: la degradación de este político, extensiva a todo su partido, realza la opción contraria. El fin último es obtener el favor de los posibles votantes, aunque ello no se consiga a través del ideario propio, sino mediante la descalificación del rival.

3. UTILIZACIÓN ESTRATÉGICA DEL ROL DESEMPEÑADO

La multiplicidad de los roles que ejercen los representantes políticos a lo largo de su día a día tanto en su vertiente pública como privada facilita que el invitado a este género comunicativo pueda manipular el empleo de una u otra faceta de su imagen social o del rol encarnado. El objetivo de ello no es otro que imprimir una mayor fuerza a sus palabras o descalificar lo sostenido por el entrevistador. Obsérvese, como ilustración, el siguiente fragmento. El personaje invitado alude a su superioridad social para restar fuerza e importancia a la tesis mantenida por la entrevistadora mostrando cómo frente a sus enunciados, que poseen el respaldo de todo su partido político, las aserciones sostenidas por la periodista constituyen únicamente opiniones personales y subjetivas que no representan a ningún colectivo. En términos de la teoría de la cortesía, la entrevistada imprime una mayor relevancia a su postura contraponiendo su imagen social grupal a la imagen individual de la entrevistadora:

- (9) EO: [pero mire] eh/ vamos a ver/ usted/ me está entrevistando aquí/ y es una trabajadora de Televisión Española/ y estos señores también están como periodistas en una tertulia de Televisión Española/ pero una cosa es su caso personal y su opinión personal/ su opinión personal/ y otra cosa es cómo esté funcionando la televisión §

ER: §y la suya/ su opinión también

EO: Sí/ claro/ pero mi opinión no es una opinión personal/ es una opinión en representación de mi partido político// Yo no sé si usted tiene la representación de TODOS los trabajadores de Televisión Española [la mía/ yo sí tengo=]

ER: [no/ yo soy libre]

EO: = yo sí tengo la representación de todo mi partido político en este ámbito/ y le tengo que decir que el PP considera que los servicios informativos de TVE no son unos servicios informativos imparciales objetivos (...)

(26-04-2011)

Muy interesante en este sentido resulta también la transcripción 10. En este caso, la entrevistada defiende la inocencia y honorabilidad de un miembro de su partido imputado por corrupción aludiendo a sí misma de forma sesgada, es decir,

enfatizando su imagen social privada o su rol como ciudadana y obviando las obligaciones que posee como representante de un partido político:

(10) EO: Mire/ yo/ en primer lugar/ quiero decir que yo creo en la honrabilidad de/ de/ Paco Camps/ lo creo firmemente/ lo creo firmemente porque/ yo/ compro ropa/ hay veces que la pago con tarjeta/ sobre todo si es del Corte Inglés/ porque así va a la cuenta de mi marido/ y/ claro/ es que yo soy un ser humano normal/ normal y corriente/ y hay veces que lo pago al contado y yo no guardo las facturas de los trajes. Usted me dice a mí «deme usted la factura de este traje»¹² [déjeme que acabe/ déjeme que acabe=]

ER: [no/ pero/ pero «....»]

EO: =Ana/ por favor/ bueno/ y eso es una realidad que nos pasa a muchos ciudadanos/ en segundo lugar [a mí me parece]

ER: [usted es política] perdóneme que le interrumpa/ política/ no ciudadana sin más [«....»]

EO: [yo soy las dos cosas/ perdóneme] ¿eh? y usted es periodista y ciudadana ¡hombre!§

ER: § s í /
pero usted tiene un cargo público [y por eso]

EO: [¿Y por eso] tengo que guardar las facturas de los tomates y los pimientos? [jah/ vale! Es normal/ ¡porque ya...!]

ER: [no/ nadie dice eso/ pero se dice] que el control sobre los políticos no es el mismo que sobre un ciudadano normal

(14-12-2011)

4. CONTRARRESTAR LA INFORMACIÓN EMITIDA POR EL ENTREVISTADOR, INTENTANDO IMPONER SU PROPIA TESIS

Otra de las estrategias dirigidas a contraatacar la actitud de disensión hostil del entrevistador es la utilización de un habla tajante, esto es, la emisión de una argumentación reforzada que no deja lugar a dudas y en la que las expresiones evidenciales¹³ utilizadas presentan la tesis sostenida como una idea propia de la totalidad de la sociedad española. De esta forma, si el entrevistador persiste en dudar de lo afirmado por el invitado, quedará aislado de las ideas compartidas por el conjunto de la comunidad sociocultural:

¹² Se señala el traje que lleva puesto.

¹³ Entendemos el término evidencial en el sentido que lo utilizan autores como AIKHENVALD (2004), es decir, como aquella categoría o dominio semántico que alude a las fuentes de conocimiento y de información de las aserciones.

- (11) ER: Déjeme/ por cerrar este tema// Entonces/ dijo Rajoy que el Gobierno no puede vigilar a persona alguna si no es con autorización judicial so pena de cometer una actividad delictiva ¿la diferencia era esa/ que era diputado? EO: (...) si no se quiere ver la diferencia/ pues no se verá/ pero yo creo que la entiende cualquier español

(26-04-11)

Entre los mecanismos verbales susceptibles de ser empleados en este mismo sentido destacan los adverbios modales asertivos¹⁴ reafirmativos que presentan como evidente o lógico lo emitido y el empleo de argumentos de autoridad que sostienen de forma irrefutable lo dicho:

- (12) ER: (...) yo creo que una mínima vigilancia era LÓGICA Y NORMAL

(26-04-11)

Curiosamente, la exposición de lo dicho como una idea que pertenece a las creencias compartidas y asumidas por la colectividad otorga al enunciado, en principio, un valor afiliativo. Gracias a estas unidades, la tesis defendida por el emisor se convierte en un punto de unión entre ambos interlocutores, en una idea que ambos comparten. De ahí, por ejemplo, que Martín Zorraquino (2001) sostenga que el valor básico de estas unidades consiste en desencadenar el acuerdo, gracias a la presuposición que llevan de que lo asertado es sostenido por toda la comunidad. No obstante, la ya reiterada imposibilidad de aunar descontextualizadamente elemento lingüístico con efecto social hace que el valor de estas unidades sea, en esta circunstancia comunicativa, notablemente diferente. El valor afiliativo se actualiza, por lo general, cuando, en interacciones en las que no existe una confrontación entre los interlocutores, estos adverbios acompañan a opiniones que, efectivamente, pertenecen a la comunidad. Pero este no es nuestro caso. En las entrevistas analizadas, los adverbios modales polifónicos mencionados inciden sobre opiniones subjetivas, individuales y bastante discutibles que, por el efecto de estas unidades, quedan presentadas como creencias asumidas (Fuentes Rodríguez 1993:105).

5. DESCALIFICACIÓN DEL ENTREVISTADOR

Los momentos de mayor tensión dialéctica de las entrevistas analizadas generan intervenciones del personaje invitado en las que se contienen calificaciones negativas de la actitud del entrevistador. Ahora bien, el blanco de estas minusvaloraciones

¹⁴ Los adverbios modales asertivos reafirmativos valoran el dictum emitido con una actitud de ausencia de duda. Dentro de ellos se incluyen aquellos que refuerzan lo dicho desde la seguridad, la veracidad, la confirmación y la evidencia, apoyándose en la figura de toda la comunidad (FUENTES RODRÍGUEZ 1996).

se relaciona siempre con el desempeño de sus obligaciones como entrevistador. Se trata, pues, de una descalificación que funciona como defensa o como contraataque, es decir, de una descalificación que posee siempre una función reactiva, y que busca denunciar ante la audiencia el trato al que está siendo sometido el político por parte del periodista. Así, por ejemplo, en 13 el entrevistado pone de relieve las insistentes interrupciones de la entrevistadora, actitud que, según los rasgos del género de la entrevista, no debería estar presente en este rol:

- (13) EO: Pues incluso sabe por qué/ porque no me da la gana ¿comprende? [o sea porque/ porque]

ER: [esa es una buena] respuesta porque no me da la gana/ pero admítalo/ admítalo que no quieren mojarse [en este momento]

EO: [pero usted] usted tiene que ir a una tertulia más que a una entrevista de estas porque no le deja a hablar a quien entrevista/ déjeme que le diga/ mire/ en relación con la señora Chacón (...)

(12-12-2011)

Si seguimos con el mismo programa, en 14, la entrevistadora vuelve a apartarse de las obligaciones consideradas tradicionalmente como propias de este rol y, en lugar de limitarse a plantear interrogantes, juzga las respuestas del personaje invitado. Esta actitud es valorada negativamente por el representante político, que agradece, irónicamente, las lecciones recibidas. La reacción de la entrevistadora refleja sus sentimientos de ofensa por la minusvaloración recibida:

- (14) EO: (...) yo no voy a cambiar MIS SENTIMIENTOS para agradar a quien me pregunte/ para estar más a la par/ no/ yo le digo lo que pienso/ otra cosa/ y lo que siento/ otra cosa es que en un estado de derecho es [el único imperio/ el imperio de la ley]

ER: [por eso le decía/ por eso le decía] que sí/ la ética está unida a la política/ pero en lo legal/ las leyes son las que son. Dígame qué [«...»]

EO: [gracias por la lección] dígame RISAS

ER: No/ no/ no/ es que usted me ha dicho que van muy ligadas [pero a la vez me reconoce]

EO: [no/ no/ ya/ no/ es que me han dicho antes de empezar] «es muy peleona»/ digo/ «bueno/ pues a ver quién puede más»

ER: ya nos conocemos/ yo no le doy lecciones a nadie/ desde luego/ yo le hago preguntas y le puntualizo/ y la ley/ usted mismo lo ha reconocido/ es la ley [señor Bono]

EO:

[bueno] puntualizan los profesores tan capaces [como usted]

ER: [no/ no/ no] yo no pretendo darle lecciones a nadie [que nuestra audiencia entienda lo que usted quiere decir]

EO: [no/ pero si yo las acepto de cualquier persona/ y mucho más de usted]

(12-12-2011)

No obstante, el caso más evidente de descalificación de la imagen social del entrevistador lo encontramos en los momentos finales de esta misma entrevista, en los que el invitado reitera su percepción de la actitud excesivamente correctora e incisiva de la periodista calificándola de «señorita Rottermeier». Si bien el político intenta atenuar el insulto disfrazándolo de comentario humorístico acompañado de una sonrisa, el enojo de la entrevistadora vuelve a ser evidente en su respuesta a estas palabras:

- (15) ER: Yo creo que están más nerviosos en el PSOE que los periodistas/ permítame/ no es una lección/ es un comentario solamente. Yo creo que están más nerviosos en el PSOE [que los periodistas]
EO: [No es una lección] es un comentario [esta mujer es tremenda]
ER: [sí/ lo digo porque] se la he guardado/ soy rencorosa
EO: Usted es que no ve telediarios/ tiene que verse luego [ya verá la imagen que da =]
ER: [no/ no veo los telediarios]
EO: = de señorita Rottermeier/ es tremenda/ es tremenda (RISAS)
ER: Lo que hay que aguantar

(12-12-2011)

6. RESPUESTAS EVASIVAS Y TRANSGRESIÓN DEL PRINCIPIO DE COOPERACIÓN

Según lo establecido por el contrato comunicativo propio de la entrevista, la principal obligación que adquiere el personaje que acude como invitado a estos programas consiste en responder a todos aquellos interrogantes que el entrevistador estime oportuno formularle, sobre todo si tenemos en cuenta que se trata de un personaje político que debe rendir cuentas ante la ciudadanía (Clayman y Heritage 2002:241). El problema surge cuando el entrevistador emite una pregunta cuya respuesta afecta negativamente al personaje invitado. Ante esta tesitura, el invitado posee tres opciones (Fernández García 2000:98): a) responder de forma directa, b) responder de forma indirecta, es decir, mediante un lenguaje ambiguo o evasivo, c) no responder, violando abiertamente el Principio de Cooperación. Debido a los perjuicios que puede causarle a la imagen social del político la ruptura del contrato conversacional, lo más frecuente es que el entrevistado haga uso de la segunda de las posibilidades mencionadas. De ahí, precisamente, que la ambigüedad se haya considerado uno de los rasgos del lenguaje político en general (Blas Arroyo 2011).

Una buena muestra de respuesta evasiva, definida por Galasinski (1996: 375-376) como aquella que resulta irrelevante semánticamente respecto a la pregunta que la provoca y que viola, por ende, la máxima de relevancia, la encontramos en el siguiente fragmento. En 16 la entrevistada, ante la insistencia de la periodista para que no consiga evadir hacer explícita una respuesta, opta por emitir una información, con la peculiaridad de que esta no tiene ninguna relación con lo planteado.

La exposición de su visión personal ante los hechos ocurridos es sustituida por un halago a su partido:

(16) ER: Desde luego/ lo mayoritario no es la imagen que le voy a comentar/ pero lo hemos visto/ ayer algún periódico lo destacaba/ algún brazo en alto y alguna bandera preconstitucional. No es lo mayoritario/ pero le pido/ como antes reflexionaba Antón/ si eso debe disociarse de la derecha democrática y si eso le hace daño [al Partido Popular]

EO: [bueno/ mire] es que me hace usted unas preguntas/ doña Ana—>

ER: Ya sé que le gustaría hacérselas usted y respondérselas usted [pero la mala suerte tiene que yo sea la periodista y usted la invitada] (...) Lo digo porque Antón es uno de los analistas pero hay otros medios que hablan de que A LA DERECHA DEMOCRÁTICA/ le insisto/ le puede hacer daño/ QUE ALGUIEN MEZCLE/ no soy yo/ digo que eso se está diciendo hoy en la prensa/ lo dice *El Periódico* lo dice *La Vanguardia* lo dice el diario *El Mundo* también a través de algunos artículos

EO: (RISAS) Eeeh/ la derecha democrática en este país está a catorce puntos por encima de la izquierda/ según todas las encuestas

(14-10-2010)

En otras ocasiones, si bien el entrevistado no muestra ninguna reticencia a proporcionar una respuesta, lo cierto es que el contenido de su intervención no se adecua a lo cuestionado. Una de las estrategias más usuales para no abordar lo planteado consiste en centrar la respuesta en el contenido de los asertos preparatorios:

(17) ER: el pasado viernes se habló en el Congreso de Ministros- se decidió de nuevo aumentar el límite de velocidad a los 120/ ¿ha perdido la batalla la Vicepresidenta Salgado?

EO: no/ bueno/ en primer lugar/ a mí me sorprende que se hable de los debates en el seno del Consejo de Ministros§

ER: § pues solo puede salir de un sitio Vicepresidenta/ y es de lo que estás/ de los que están ahí sentados/ ¿no?/ digo yo/ vamos (27-06-11)

En las contadas ocasiones en las que el entrevistado se niega en rotundo a proporcionar la información demandada, transgrediendo abiertamente el principio de cooperación, el político se ve en la necesidad de fundamentar sólidamente esta decisión, si no quiere perder todo el prestigio y/o credibilidad ante los ojos de la audiencia. Para ello, la mejor estrategia consiste en escudar su comportamiento en el bien o el interés de la ciudadanía. De esta forma, el político se convierte en portavoz de los supuestos intereses de la audiencia:

- (18) ER: [cuénteme su versión] del incidente ¿qué pasó?
EO: No/ yo ese favor no se lo voy a hacer al señor Revilla porque ni he hablado con él ni con su mujer
ER: Pero no/ pero no es un favor/ ha salido/ ha transcendido [que usted tuvo una bronca con su mujer]
EO: [no/ mire/ no/ mire/ no ha transcendido nada] él ha dicho lo que ha dicho y yo digo que no es cierto
ER: Bueno/ ¿le ha enviado por cierto este papel? Lo digo porque es el currículum del señor Revilla que está también [muy dolido con un consejero suyo]
EO: [me parece muy bien que] a usted le interese tanto lo del señor Revilla/ pero creo que los espectadores no les interesa
ER: bueno/ no se lo hemos preguntado a cada uno/ quizás si se lo preguntamos [no sé/ no sé quién acertaría/ si usted o yo]
EO: [no hay que preguntarlo] mire usted los comentarios
ER: lo digo porque un consejero suyo dijo que se había hecho famoso gracias a los taxis y a las anchoas y es un representante político de nivel ¿está de acuerdo o no? ¿se equivocó su mujer?
EO: que no voy a comentar eso// doña Ana// de ninguna de las maneras/ hay temas muy importantes en España y en el MUNDO para que vayamos a hablar de ese tema

(14-10-2010)

REFLEXIONES FINALES

En el medio televisivo español, la entrevista a representantes políticos ha derivado hacia una interacción de carácter no acomodaticio en la que el periodista intenta obtener informaciones veraces aun a costa de degradar la imagen social del invitado. Es más, el estilo incisivo y la utilización de la descortesía verbal como estrategia dirigida a evitar la evasión de preguntas comprometidas se han convertido en un factor identitario de este nuevo periodismo. Ante esta situación, el representante político utiliza diversos mecanismos en aras de restaurar su imagen social ante los millones de potenciales votantes. Entre ellos destaca el realce de la autoimagen, la minusvaloración de la opción política contraria, la utilización estratégica del rol desempeñado, el intento de imposición de la propia opinión, la descalificación del entrevistador y emisión de respuestas evasivas que pueden conducir a la transgresión del Principio de Cooperación. La identificación de las estrategias mencionadas es el primer paso en la determinación de la gestión de la imagen social de los políticos en el formato de la entrevista. La investigación realizada ha de completarse con un estudio mucho más detallado de los recursos lingüísticos empleados en su verbalización, así como con un análisis cuantitativo de estas estrategias que nos permita conocer su frecuencia de uso y, por ende, su representatividad en este evento comunicativo.

BIBLIOGRAFÍA

- AIKHENVALD, Alexnadra (2004): *Evidentiality*, Oxford: Oxford University Press.
- ARFUCH, Leonor (1995): *La entrevista, una invención dialógica*, Barcelona: Paidós.
- BLAS ARROYO, José Luis (2001): «No digas chorradas... La descortesía en el debate político cara a cara. Una aproximación pragmavariacionista», *Oralia* 4: 9-46.
- (2011): *Políticos en conflicto: una aproximación pragmático-discursiva al debate electoral cara a cara*, Bern: Peter Lang.
- BRAVO, Diana (2003): «Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción», en Diana BRAVO (ed.), *Actas del Primer Coloquio del Programa EDICE, La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*, Estocolmo: Universidad de Estocolmo, 96-103.
- (2004): «Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías sobre la cortesía» en Diana BRAVO y Antonio BRIZ GÓMEZ (eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel, 15-38.
- BRENES PEÑA, Ester (2013): «Interviews as confrontation: el nuevo entrevistador televisivo», en Catalina FUENTES RODRÍGUEZ (coord.), *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: Arco Libros, 25-52.
- BROWN, Penelope y Stephen LEVINSON (1987): *Politeness. Some Universals in Language Use*, Cambridge: CUP.
- BUCHOLTZ, Mary y Kira HALL (2005): «Identity and interaction: a socio-cultural linguistic approach», *Discourse Studies* 7 (4-5): 585-614.
- CASERO RIPOLLÉS, Andreu (2008): «Modelos de relación entre periodistas y políticos: la perspectiva de la negociación constante», *Estudios sobre el mensaje periodístico* 14: 111-128.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1992): *Géneros informativos audiovisuales*, Ciencia 3: Madrid.
- CLAYMAN, Steven y John HERITAGE (2002): *The News Interview: Journalists and Public Figures on the Air*, Cambridge: Cambridge University Press.
- CORTÉS RODRÍGUEZ, Luis y Antonio BAÑÓN HERNÁNDEZ (1997): *Comentario lingüístico de textos orales II. El debate y la entrevista*, Madrid: Arco Libros.
- CULPEPER, Jonathan (1998): «(Im)politeness in dramatic dialogue», en Jonathan CULPEPER (ed.), *Exploring the Language of Drama: From Text to Context*, Londres: Routledge, 83-95.
- (2005): «Impoliteness and entertainment in the television quiz show: 'The Weakest Link'», *Journal of Politeness Research* 1: 35-72.
- CULPEPER, Jonathan, Derek BOUSFIELD, Anne WICHMANN (2003): «Impoliteness revisited: with special reference to dynamic and prosodic aspects», *Journal of Pragmatics* 35 (10-11): 1545-1579.
- FERNÁNDEZ GARCÍA, Francisco (2000): *Estrategas del diálogo. La interacción comunicativa en el discurso político-electoral*, Método ediciones: Granada.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (1993): «*Claro*: modalización y conexión», en Pedro CARBONERO y Catalina FUENTES RODRÍGUEZ (eds.), *Sociolinguística Andaluza, 9. Estudios sobre el enunciado oral*, Sevilla: Publicaciones de la Universidad, 99-126.
- (1996): «Los adverbios modales», en Catalina FUENTES RODRÍGUEZ y Esperanza ALCAIDE LARA, *La expresión de la modalidad en el habla de Sevilla*, Sevilla: Servicio de Publicaciones del Ayuntamiento de Sevilla, 15-259.

- (2000): *Lingüística pragmática y Análisis del Discurso*, Madrid: Arco Libros.
- (2006): «¿Cortesía o descortesía? La imagen del entrevistado vs. La imagen del entrevistador», *Cultura, lenguaje y representación* III: 73-88.
- (2009): «El análisis lingüístico desde un enfoque pragmático», *Estudios de Lingüística* 1: 63-102.
- (2013): «Identidad e imagen social», en Catalina FUENTES RODRÍGUEZ (coord.) *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: Arco Libros, 13-24.
- GALASINSKI, Dariusz (1996): «Pretending to cooperate. How speakers hide evasive actions», *Argumentation* 10(3): 375-388.
- GARCÉS, Pilar (2009): «Impolitenes and identity in the American news media: The Culture Wars», *Journal of Politeness Research* 5: 273-303.
- GOFFMAN, Erving (1967): *Interaction Ritual: Essays on Face-to face Behavior*, Garden City, NY: Anchor/Doubleday.
- GRUPO VAL.ES.CO. (2003): «Un sistema de unidades para el estudio del lenguaje coloquial», *Oralia* 6: 7-61.
- HAVERKATE, Henk (1998): «La entrevista periodística. Análisis discursivo e interaccional», *Oralia* 1: 27-45.
- LORENZO-DUS, Nuria (2009): *Television discourse. Analysing language in the media*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- LLEDÓ CASTEJÓN, Pablo (2001): «La influencia de los debates electorales sobre la decisión de voto: el caso de mayo de 1993 en España», *Revista española de ciencia política* 5: 143-170.
- MARTÍN ZORRAQUINO, María Antonia (2001): «Marcadores del discurso y estrategias de cortesía verbal en español», en María Isabel MONTOYA RAMÍREZ (ed.), *La lengua española y su enseñanza*, Granada: Universidad de Granada, 55-74.
- MARTÍNEZ VALLVEY, Fernando (1995): *La entrevista periodística desde el punto de vista conversacional*, Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- MIDDLETON, Russell (1962): «National TV debates and presidential voting decisions», *Public Opinion Quarterly* 26: 426-429.
- SPENCER-OATEY, Helen (2002): «Managing rapport in talk: using rapport sensitive incidents to explore the motivational concerns underlying politeness», *Journal of Pragmatics* 34 (5): 529-545.
- (2005): «(Im)Politeness, face and perceptions of rapport: unpackaging their bases and interrelationships», *Journal of Politeness Research* 1 (1): 113-137.
- (2007): «Theories of identity and the analysis of face», *Journal of Pragmatics* 39 (4): 639-656.
- (2008): «Face, (Im)Politeness and Rapport», en Helen SPENCER-OATEY (ed.), *Culturally Speaking. Culture, Communication and Politeness Theory*, London: Continuum, 11-47.
- VAN DIJK, Teun (2003): *Ideología y discurso: una aproximación interdisciplinaria*, Barcelona: Ariel.
- WEIZMAN, Elda (2006): «Roles and identities in news interviews: The Israeli context», *Journal of Pragmatics* 38(2), 154-179.

CREATIVIDAD LÉXICA Y DESCORTESÍA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN VIRTUAL

Juan Carlos Díaz Pérez
Universidad Carlos III de Madrid

RESUMEN

El análisis de la lengua en los medios de comunicación digitales revela que muchos usuarios que tienen un comportamiento provocador u hostil se esfuerzan por elaborar una expresión ingeniosa, mezcla de humor e ironía, que sorprenda al receptor por su resultado novedoso. En este trabajo se analizan los procedimientos lingüísticos de creación léxica que resultan más productivos en redes sociales como Twitter: la derivación y la composición neológicas y el cruce de palabras. La búsqueda constante de este tipo de expresiones muestra la conciencia creadora de sus autores y configura su voluntad de estilo.

PALABRAS CLAVE: descortesía, formación léxica, análisis del discurso, medios de comunicación, Twitter.

ABSTRACT

The analysis of language in the digital mass media shows that many users who show a provocative and hostile behaviour make an effort to produce witty expressions, mixing humour and irony, that surprise the audience by its innovative result. This article examines the linguistic procedures for lexical creation that have become more productive in the social network Twitter, such as neological derivation and composition, and portmanteau words. The constant search for these kinds of expressions shows certain creative awareness on behalf of their authors, that indicates their wish for style.

KEY WORDS: impoliteness, lexical formation, discourse analysis, mass media, Twitter.

1. INTRODUCCIÓN

Muchos de los actos de habla que nos encontramos actualmente en medios de comunicación social en Internet como los foros de opinión o las cuentas personales en redes sociales como Twitter, al igual que en numerosos programas televisivos como las pseudotertulias de carácter social o político o los *realities*, constituyen actos ilocucionarios hostiles.

La intención básica por la que el emisor utiliza expresiones que pueden considerarse ofensivas es el ataque al contrario, haciendo del insulto una forma

explícita de ofensa que sustituye a la violencia física y que funciona como arma para descalificar o menospreciar al otro y para burlarse de él. Pero en numerosas ocasiones encontramos, además, que a esta motivación básica subyace la voluntad del emisor de mostrar declaradamente una imagen de sí mismo negativa o provocadora. Aun a riesgo de menoscabar su imagen social, hay emisores que utilizan las expresiones disfemísticas y soeces con la intención de crear un estilo diferenciador, y esa voluntad de estilo les basta para justificar su lenguaje conscientemente ofensivo.

Abundando en el comportamiento descortés que revela esta clase de emisores, descubrimos un objetivo de tipo estratégico o instrumental, en el sentido de que buscan obtener algo más que un efecto inmediato de agresión o burla. Entre estos nuevos objetivos el insulto cumple una función de afianzamiento del vínculo con los receptores que comparten la opinión del emisor; de hecho, las redes sociales, por ejemplo, se caracterizan especialmente por reforzar la adhesión de grupo con fórmulas como el retuiteo de Twitter o el *Me gusta* de Facebook.

Y una función más del insulto en estos medios es el entretenimiento de la audiencia. En redes sociales como Twitter¹ hay usuarios que cuentan con numerosos seguidores precisamente por la expresión malsonante y ofensiva con que comentan los acontecimientos y critican a determinados personajes de la actualidad. Así sucede también en televisión, donde hay programas que basan buena parte de su contenido en el intercambio de expresiones ofensivas entre los propios colaboradores y los invitados.

Se descubre en muchos casos, de esta manera, que el último objetivo del uso ofensivo del lenguaje es la obtención de una mayor repercusión social, que se traduce, por ejemplo, en una mayor cuota de audiencia en televisión, en la venta de más libros o en la incorporación de nuevos seguidores en Twitter: en definitiva, una

¹ Recientemente han aparecido diversos estudios sobre el discurso en Twitter. Si bien no tienen una orientación específica hacia el análisis de la descortesía, nos parece importante mencionar aquí los libros de A. MANCERA RUEDA y A. PANÓ *El discurso político en Twitter* (Barcelona: Anthropos Editorial, 2013) y de M. ZAPPAVIGNA *Discourse of Twitter and Social Media* (London: Continuum, 2013). Desde perspectivas más amplias sobre Twitter como medio de comunicación social existen numerosos trabajos en español, entre los que destacamos los de C. CAVALLIN, «Del Twitter como plaza o cómo se configuran los nuevos espacios para el periodismo cultural», *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 2009, 2 (2): 89-103; M. DOVAL AVENDAÑO y B. MARTÍNEZ RODRÍGUEZ «La audiencia activa en Twitter: análisis de la retirada de un artículo de opinión en *El Mundo*», *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 2012, 18 (1): 55-71; C.B. FERNÁNDEZ «Twitter y la ciberpolítica», *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 2012, 5 (1) 9-24; E.M. FERRERAS RODRÍGUEZ «Redes sociales y cambio social. El movimiento 15-M y su evolución en Twitter», *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 2011, 89, http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011102410330001&activo=6.do; T. LARA «Competencia digital, nuevos medios, nuevos lenguajes, nuevos hablantes. Twitter y sus funciones comunicativas», *Lenguaje y textos*, 2011, 34: 39-46; G. MEUNIER ROSAS «El uso de la red social Twitter como herramienta para la difusión de información pública», *Razón y Palabra*, 2012-2013, 81, http://www.razonypalabra.org.mx/N81/V81/27_Meunier_V81.pdf; J.L. ORIHUELA *Mundo Twitter*, Madrid, Alienta Editorial, 2011, y J.L. REQUEJO ALEMÁN y S. HERRERA DAMAS «Difundir información, principal uso de los diarios generalistas españoles en Twitter», *Textual & Visual Media: Revista de la Sociedad Española de Periodística*, 2011, 4: 149-182.

mayor popularidad. La descortesía no debe entenderse solamente, por lo tanto, como la violación de la norma que representa la cortesía, sino que puede verse como una opción del emisor para conseguir determinado fin comunicativo o social. El insulto se concibe así como una elección de estilo motivada por la realidad extralingüística en una situación concreta y con una determinada finalidad. Para Garrido Medina (1997: 108) el estilo está en estrecha relación con ciertos aspectos implícitos en el uso eufemístico o disfemístico del lenguaje como la connotación, la expresión de actitudes o la subjetividad del emisor. Como dice este autor (1997: 109), «si hay otra posibilidad, es estilo». No solo es cuestión de estilo escoger una expresión ofensiva, también lo es no escogerla; de este modo, no evitar un término socialmente inapropiado mediante un eufemismo, por ejemplo, se convierte en un caso de acción descortés ya que no se tiene en cuenta el decoro expresivo.

2. ESTILÍSTICA DE LA DESCORTESÍA

2.1. LA FIGURA DEL EMISOR Y EL LENGUAJE DESCORTÉS

Distingamos tres tipos de emisores con el objetivo de diferenciar sendos estilos lingüísticos de la descortesía:

- a. Emisores que se caracterizan por hacer gala de su descortesía, que buscan la provocación y la ofensa directa, a veces descarnada. Bañón (2010: 654-655) cita a Bernard Mayer (2009) al referirse a la frecuencia de la manifestación de comportamientos verbales agresivos como un hecho de abuso psicológico que puede ocasionar enfermedad. Mayer habla de *comunicación disfuncional persistente* para hacer referencia a aquellos individuos que basan su comunicación en el enfrentamiento y la amenaza. Podríamos considerar aquí el caso del presentador de televisión Risto Mejide, que descalifica sin reparos a los concursantes de los programas en los que participa como miembro del jurado; algunos participantes en tertulias televisivas o en programas de tele-rrealidad que profieren insultos contra sus adversarios presentes o ausentes; comentaristas o articulistas como Carlos Sostres, o usuarios de redes sociales que muestran una persistente vocación hostil, que tienen el insulto prácticamente como único objetivo de sus publicaciones. Hay casos que llaman especialmente la atención, como el del usuario de la red social Twitter @JR 45@juanruizmaestro, que vierte expresiones ofensivas en todo momento. Con el propósito de denunciar los excesos de algunos políticos y de descalificar gravemente su imagen pública, sus *tuits* son una continua enumeración de insultos malsonantes y soeces contra los personajes de ideología conservadora que sobresalen en la actualidad sociopolítica española.
- b. En segundo lugar, distinguimos aquellos emisores cuya intención no es tanto la de ofender como la de llamar a las cosas por su nombre, aunque en la búsqueda de la palabra o la expresión más certera para referirse a una realidad o a una persona determinada se sitúen claramente en el ámbito de la descortesía. Es

el caso del articulista Pérez Reverte o el periodista Jiménez Losantos, emisores que defienden su tono muchas veces soez e insultante como una seña de identidad, como su voluntad de estilo.

- c. Y un tercer grupo de emisores lo constituirían aquellos que sobresalen especialmente por su originalidad expresiva más allá de la ofensa que realizan contra un determinado personaje, aquellos que colocan por delante del ataque su alarde de ingenio a la hora de formular la expresión disfemística e insultante; es el caso, por ejemplo, de algunos autores de cuentas paródicas de Twitter, ya en sí mismas ofensivas.

En cualquiera de los casos expuestos el deseo de crítica es el factor que impulsa la mayoría de las expresiones. No obstante, el lenguaje utilizado presenta, respectivamente, diferencias en cuanto a su nivel de elaboración:

- a. En el primero de los casos el léxico empleado incluye especialmente insultos codificados, expresiones marcadas como soeces u ofensivas, en muchas ocasiones fruto de la espontaneidad, la irreflexión y al dictado de las emociones.
- b. El segundo tipo de emisores emplea un lenguaje que se aleja de la tendencia de lo políticamente correcto para incluir expresiones que huyen de un uso eufemístico entendido como falto de sinceridad e hipócrita. Se busca reflejar con la mayor exactitud posible la realidad designada y declarar abiertamente la intención del emisor, utilizando una expresión meridianamente clara. Se suele buscar la provocación a través de una expresión lingüística sin tapujos, en muchas ocasiones irónica, y de una elección nada tabuizada de los temas a los que se hace referencia.
- c. En el último caso el lenguaje destaca por la fórmula ingeniosa, por el juego de palabras y la creación neológica *ad hoc*, por la alusión sorprendente y humorística; se busca la elaboración de expresiones descorteses originales recurriendo, en definitiva, a formas innovadoras que apunten a la singularización estilística de su creador, a una voluntad de estilo declaradamente individual. El emisor combina la dureza del contenido con la creatividad expresiva; este mecanismo de distanciamiento, aunque mitiga la descortesía superficial porque suele evitar el lenguaje soez, parece necesario si se quiere delimitar con claridad el estilo característico del emisor y afianzar la fidelidad con el receptor.

2.2. CREATIVIDAD Y VOLUNTAD DE ESTILO

El emisor presente en los medios de comunicación social busca, por un lado, que se reconozca con claridad su postura, que su firma en artículos o su perfil en las redes sociales sean lo suficientemente claros para situarse en una posición determinada frente a otras; necesita marcar las diferencias, crear polémica. Pero, por otro lado, el emisor busca también que se le reconozcan determinados usos lingüísticos. Así, al leer numerosos mensajes del mismo emisor se descubre una tendencia general en su

manera de expresarse: puede ser una expresión ofensiva concreta que se repite con frecuencia, el uso recurrente de la ironía o la búsqueda constante del juego de palabras.

Para considerar un rasgo como definidor del estilo de un autor entendemos que, por lo menos, debe cumplirse lo siguiente:

- a. que el rasgo se repita con regularidad e, incluso, sea esperable;
- b. que sea reconocido por el receptor como característico de ese autor: *«como diría Pérez Reverte, guardias y guardios o flautas y flautos»*, *«como diría Espeanza Aguirre, es cosa de pobres o me desorino»*;
- c. que el rasgo sea incorporado, al menos ocasionalmente, al idiolecto de los receptores, y aparezca utilizado en sus propios comentarios y manifestaciones.

Así, por ejemplo, entre los aspectos que configuran el estilo del articulista Pérez Reverte encontramos la ironía, el hecho de ir contra el lenguaje políticamente correcto, la inversión de género para ridiculizar (*guardios*), la utilización de un vocabulario crudo, duro, sin eufemismos; la creación léxica (*pijolandio* como gentilicio aplicado a los hijos de familias adineradas), el resabio humorístico, las referencias culturales o la deconstrucción del lenguaje.

El periodista Jiménez Losantos, por su parte, se caracteriza por elaborar discursos fortísimos y muy hirientes sobre la izquierda, sobre lo que no le gusta de la derecha, sobre ETA, Cataluña, el Estatut, Zapatero, Bush, Obama... Pero cuando se le escucha en un programa de entrevistas que no es el suyo parece un hombre totalmente distinto, que más o menos reconoce que todo es una impostura. En definitiva, que para conseguir su objetivo de destruir la imagen del adversario es lícita cualquier estrategia. Entre ellas destaca la invención de apodos de los personajes políticos contra los que arremete, tanto de la izquierda (*Desatinos*, aplicado al exministro Miguel Ángel Moratinos y el sustantivo *desatino*) como de la derecha (*Maricomplejines*, atribuido a Mariano Rajoy).

2.3. HUMOR Y DESCORTESÍA

Antes de referirnos a los procedimientos de formación léxica más notables de las expresiones descorteses en los medios de comunicación, mencionemos que uno de los rasgos definitorios de las publicaciones abiertas de las redes sociales es el desenfado con que se manifiesta muchas veces la ofensa. La agresividad no parece estar reñida con el humor; de hecho, el tono jocoso puede llegar a ser más hiriente que un insulto directo soez. Valiéndose de que el comentario humorístico puede hacer menos perceptible el ataque, el emisor presenta cualidades del destinatario netamente peyorativas. Así sucede en ejemplos como el siguiente:

Me llamó Mariano.—Espe, ¿qué crees que debemos hacer con el aborto?—Quitarlo del Ministerio de Justicia.¡AJAJA! Y podarle las cejas (@EspeanzaAguirre 31 ene 11)

Con la polisemia del término *aborto*: ‘situación de interrupción del embarazo’ o la insultante ‘persona o cosa monstruosa’ se alude a Alberto Ruiz Gallardón, al que identificamos en el tuit porque es el actual ministro de Justicia y porque tiene unas características cejas prominentes.

La trivialización de la violencia a través del chiste (Vigara 1994) o del apunte ingenioso permite, por un lado, que la reacción del ofendido sea menos inmediata, y, por otro, que la posible contestación del ofendido, si quiere estar a la altura, deba poseer rasgos de creatividad en la misma línea del mensaje publicado. De esta manera, si la respuesta a un comentario ofensivo irónico, ingenioso o humorístico se formulara con insultos soeces y directos, no surtiría el mismo efecto ofensivo ya que descartaría en mayor medida al emisor que al destinatario.

El humor ayuda, por otro lado, a abordar determinados temas políticamente incorrectos y permite romper el tabú sin que la ofensa verbal parezca tan directa y explícita. Al romper esos tabúes quedan al descubierto comportamientos racistas, xenófobos, homófobos y clasistas que constituyen clichés sociales que normalmente tratan de evitarse desde una postura políticamente correcta:

Si no podéis pagar una clínica privada, id al aeropuerto y os harán una radiografía gratis ¡¡AJAJAJA!! Y si decís Al-Qaeda, una colonoscopia (@JRBauzi 23 feb 12)

El tono humorístico de un comentario, además de poder adoptar connotaciones hirientes y ofender gravemente al destinatario, cumple asimismo una función lúdica al buscar en muchas ocasiones la risa a través de la complicidad con el lector. De hecho, son numerosos los tuits que necesitan que el receptor descodifique el mensaje apelando a referencias culturales o sociales compartidas; el descubrimiento de lo que se esconde en el mensaje cifrado le produce sorpresa y satisfacción al receptor aunque incluya una crítica mordaz contra alguien o algo:

Mariano se reunió con Angela Merkel. Para que se entendieran hizo falta llamar a un traductor pársel-alemán. ¡¡AJAJAJA!! Qué bochorno. (EspeanzaAguirre 29 ene 12)

Este tuit ridiculiza la particular pronunciación del fonema /s/ de Mariano Rajoy mediante la referencia a los libros protagonizados por Harry Potter, en los que el *pársel* es la lengua de las serpientes, de sonidos semejantes a suaves silbidos y susurros.

3. LEXICOGENESIS DE LA EXPRESIÓN HOSTIL

Entre los aspectos lingüísticos que configuran el peculiar estilo creativo de un autor se encuentran los relacionados con los juegos de palabras. La creación léxica se mueve entre la necesidad que da origen a voces denominativas y el afán expresivo más ligado a la neología estilística. Usuarios de las redes sociales o autores de *posts* y comentarios en los blogs sociales, así como muchos columnistas de los periódicos, ofrecen numerosos hallazgos léxicos. Muchas de las creaciones, aunque afortunadas

desde el punto de vista del ingenio, no llegan a ser duraderas; en cambio, otras pueden llegar a estabilizarse y pasar a ser usadas como vocabulario común para fines descorteses o lúdicos. Sucedé especialmente así en las cuentas paródicas, en las que algunos de los rasgos presentes en los perfiles más exitosos son imitados por otros usuarios al criticar y ridiculizar a distintos personajes.

El ingenio creador está detrás de la recurrencia a procedimientos como los siguientes:

- la derivación mediante sufijos de gran vitalidad con intención peyorativa: *-oide*: *catolicoide*, *-aca*: *perraca*;
- la composición y el cruce de palabras: *pepiñolinero*, adjetivo compuesto acrónimo que juega con *Pepiño*, -hipocorístico del político José Blanco- + *gasolinero*; o *Intereconomía* e *Interlobotomía* para referirse a la cadena de signo conservador *Intereconomía*;
- los acortamientos: *Susan* por *Su Santidad*, referido al papa Benedicto XVI; *No te acalores*, *Urdanga*, *tranqui*, *tronco*, *que tienes suegro*, referido a Iñaki Urdangarin;
- las asociaciones paronímicas: *hezRadio* por *es.Radio*; o *Facebook es una hez social*, ejemplo en el que el parecido fonético entre *red* y *hez* sirve para calificar negativamente esta red social y desprestigiarla;
- el retruécano: *Cuando habláis de dar derechos a los trabajadores, yo oigo que hay q dar a los trabajadores hasta q queden derechos* (@JRBauzi 2 mar 12);
- el calambur: *Ya todos conocíamos su postura de Rechazo al matrimonio gay*, ejemplo en el que se juega con las sílabas del sintagma *de rechazo* y el sustantivo *derechazo*;
- la manipulación de refranes y locuciones idiomáticas: *No es tan nazi el Papa como lo pintan*;
- la rima con fines humorísticos además de ofensivos: *Es la alcaldesa de fresa, Si me amas me la mamas*;
- la dilogía, uno de los recursos más frecuentes: *Digo una gilipollez sobre la Copa del Rey y, zas, consigo desviar la atención del déficit gracias a vuestro déficit de atención*; ejemplo en el que se usa la palabra *déficit* con dos significados en el mismo enunciado; o en *Regalo paletilla ibérica. Atiende por Leire Pajín. Razón: #Vota PSOE*, tuit en el que se alude a las dos acepciones de la palabra *paletilla*: 'cuarto delantero del cerdo' y 'rústica, zafia' en diminutivo, para referirse a la política socialista mencionada.

La creación de voces que vamos a analizar posee en su base un propósito ofensivo, pero es tal el efecto sorprendente que la mayoría de ellas produce en el receptor que la búsqueda de un resultado inesperado parece situarse por delante de cualquier otro objetivo del emisor. Vaya por delante que no se procede en este trabajo al análisis de un corpus específico; los ejemplos que se han analizado proceden casi en su totalidad de cuentas de la red social Twitter en las que se busca la destrucción de la imagen social de determinados personajes públicos españoles de la esfera sociopolítica.

Entre los procedimientos lexicogenésicos que intervienen en las expresiones descorteses analizadas destacan los casos de derivación y composición novedosas y el cruce de palabras.

3.1. DERIVACIÓN NEOLÓGICA

Con el afán de sorprender además de ofender, se crean voces novedosas a partir de la afijación de prefijos y sufijos de uso frecuente a bases que en principio no los aceptarían desde un punto de vista normativo. Los procedimientos derivativos que sobresalen en los materiales que hemos analizado son los siguientes:

- adición de prefijo negativo (*des-*) a base nominal: *los desministros de Rajoy, Ley de desmemoria histórica*;
- adición de sufijos (*-elio, -eico*) a bases que en principio no los soportarían (*son unos rojelios* a partir del adjetivo ya usado peyorativamente *rojo*; *eres supersodomita y gomorreico*). El sufijo *-eico* de este ejemplo adquiere el valor superlativo que en la primera parte del sintagma se percibe claramente por la presencia del prefijo *súper-*. La asociación de ideas es rápida: en la mente del receptor este sufijo lleva a otras palabras que lo contienen, como *verborreico, gonorreico* o *seborreico*, derivadas de vocablos que contienen ya el sufijo *-rrea*, con significado de 'flujo', 'acción de manar'. La originalidad se produce al añadir este sufijo a un topónimo, *Gomorra*, que todos los lectores identifican con el exceso o la depravación sexual. La palabra derivada resultante es, a su vez, un parónimo de *gonorreico*, lo que le añade matices negativos puesto que esta enfermedad de transmisión sexual suele asociarse a la idea de promiscuidad. Queda patente, pues, el valor despectivo de este vocablo y la intención insultante de quien lo escribe, que no es otra que calificar de homosexual vicioso a la persona a quien se lo dirige;
- adición de sufijos inesperados (*-rio, -idad, -ismo*) a bases que conocemos con otros sufijos (*progerío* en lugar de *progresismo* o *progresista*; *lesbianidad* por *lesbianismo* o, incluso, la invención *mariquitismo* en lugar de *homosexualidad*, cambiando así también la base a la que se aplica el sufijo y dotando de mayor fuerza peyorativa al término, ya que *mariquita* es más despectivo que el ortónimo *homosexual*);
- adición de sufijos cultos (*-dromo, -filo*) a bases inesperadas (*corruptódromo*; o los adjetivos *bomberófilo* y *fallerófila*, con los que se insinúa la condición homosexual de los personajes a los que se insulta:

No soy gay, soy bomberófilo (@JRBauzi 25 ene 12)

Sí, soy pepera homófoba fallerófila y gin-toniquera (@truita_barbera 11 jul 12)

- adición de sufijo superlativo (*pero qué malerrima eres*) o con duplicación epentética (*eres perraquisísima*);
- adición de una terminación morfológica de otra lengua: *pobring, despiporring, despiporreboard*, ejemplos de una cuenta paródica de Twitter en la que se ridiculiza la ideología clasista del personaje caricaturizado:

Mi deporte es el «pobring». Consiste en buscar a un pobre, señalárselo con el dedo y reírse de él muy fuerte. Así: ¡¡JAJAJA!! Si llora, ganas (@EspeanzaAguirre 19 dic 11)

Además de practicar pobring, también hago despiporreboard. Es que lo mío son los recortes de riesgo ¡¡JAJAJA!! Privatizando que es gerundio (@EspeanzaAguirre 9 ene 12).

De la expresión *hacer despiporreboard* puede deducirse fácilmente el significado de práctica deportiva que consiste en ‘despiporrarse, desternillarse, partirse de risa’. Por su exotismo, los sufijos extranjeros aportan un matiz burlesco al vocablo disfemístico u ofensivo al alterar la estructura fonética de la palabra mediante elementos extraños nacidos de la propia imaginación del emisor. Estos sufijos, por inusitados, expresan mejor el humor y el sentido descortés que otros sufijos más familiares y vulgares.

Destacan los numerosos ejemplos que encontramos de adjetivos derivados de antropónimos: *rajoyesco, pedrojotesco, sorayesco, gallardoniano*. A partir de las siglas *PP* y añadiendo el sufijo *-és* se crea de forma humorística el término *pepés* para designar el *idioma* de los políticos de este partido:

Lo que traducido del pepés al español significa más recortes.

Siguiendo este modelo, se crean nuevos adjetivos a partir de los apellidos de distintos ministros del gobierno del PP (Luis de Guindos, Cristóbal Montoro y Ana Mato):

El idioma pepés es complejo porque tiene muchos dialectos; está el dialecto «guindés», «montorés», «anamatés», «montoromatés»...

Además, se encuentran casos de verbos como *sorayar*, a partir del nombre de la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría (*Mariano, me gusta cuando sorayas porque estás como ausente*, tuit dirigido al presidente Rajoy, con el que se alude a las escasísimas declaraciones que hacía en público en su primera etapa de mandato).

Y como ejemplos de sustantivos derivados de antropónimos tenemos el aumentativo *Merkelona*, referido a la mandataria alemana Angela Merkel; y *aznarazo*, que se popularizó tras las contundentes declaraciones que el expresidente José María Aznar realizó en mayo de 2013, con las que ponía en entredicho las medidas económicas adoptadas por Mariano Rajoy, presidente del Gobierno y compañero de partido.

Ofrecen interés, además, desde el punto de vista de la creación léxica, las formaciones a partir de siglas en tanto que pueden convertirse en bases derivativas (*ETA > etarra*), además de la oportunidad que ofrecen para obtener resultados muy a propósito de la descalificación personal (de ZP (*zetapé*) y ETA (*etarra*) > *zETApé*,

*zETArrapé*²). Este tipo de formaciones parte de la literación o escritura fonética de las letras, que permite que se conviertan en bases derivativas a las que se les pueden añadir afijos. Es lo que sucede con las siglas PP, de cuya literación *pepé* resulta *pepero*. Así sucede con *pesemeros*, derivado de *PSM* Partido Socialista de Mallorca², frente al cual se crea *pesemistas*, derivado en este caso de *PSM* ‘Partido Socialista de Madrid’ + *istas*, obteniéndose un cruce con el adjetivo *pesimistas*. Similar derivación es la producida en *pesememos*, de *PSM* + *memos*. Este mismo adjetivo se utiliza en el compuesto *quincememos*, que surge a partir de 15M para referirse despectivamente a los simpatizantes del movimiento ciudadano formado a raíz de la manifestación del 15 de mayo de 2011 en la Puerta del Sol de Madrid.

3.2. COMPOSICIÓN NEOLÓGICA

Documentamos numerosos compuestos surgidos de la creatividad de los usuarios de los medios digitales, especialmente de las redes sociales, que buscan el humor y el impacto en el receptor. Nacen, de este modo, términos sorprendentes a partir de vocablos ya existentes que establecen inusuales asociaciones de ideas basadas en la homonimia, la polisemia, la paronimia o el simple juego de palabras. Como ejemplos de uniones sorprendentes de dos bases léxicas encontramos *catalanocallantes*, como antónimo de *catalanohablantes*; *liberobeatos*, *pijolandio*, *putoamista*, *progres ceja*, aludiendo a los personajes públicos de la izquierda política; *orgullomaricón*, compuesto connotado peyorativamente frente al establecido *orgullo gay*; *campechanocracia*, que hace referencia al carácter sencillo y familiar que siempre se le ha atribuido al rey de España; o *rectalemania* en el ejemplo *España se administra vía rectalemania* (@EspeanzaAguirre 7 ene 12), formado a partir de *Alemania* y *vía rectal*.

Analicemos con más detenimiento algunos ejemplos:

Perroflauta, yayoflauta

El término *perroflauta* se asocia a los jóvenes okupas caracterizados por una actitud vital transgresora ante el sistema social establecido. Por su uso frecuente, sobre todo a raíz de las protestas de los indignados del movimiento 15M, no debe ser considerado ya como novedoso. Sí, en cambio, se consideran novedosos otros términos formados por analogía que juegan con el elemento compositivo *-flauta* y que no parecen poseer tanta connotación negativa (*yayoflauta*, *poliflauta*, *curaflauta*, *putiflauta* o *prostiflauta*) puesto que el elemento *-flauta* adquiere en estos casos el significado de ‘reivindicativo, indignado o antisistema’.

² Para las numerosas derivaciones del apellido y especialmente de las siglas del expresidente del Gobierno José Luis Rodríguez Zapatero (ZP), véase el estudio de LUCERO (2007) sobre las denominaciones que el periodista Jiménez Losantos aplica al nombre de este político.

Con el término *yayoflauta* se autodenominó un grupo de treinta ancianos que se coló en un autobús de Barcelona (01/02/2012) para protestar contra el aumento de las tarifas del transporte público y los recortes en general. Esta acción se encuadraba dentro de la convocatoria *Yo no pago* que el grupo de indignados del 15M llevó a cabo en varias ciudades de España. La denominación *yayoflauta* (en catalán *iaioflauta*³, lengua en la que fue gestado el término) fue escogida, como decimos, por imitación de la calificación despectiva *perroflauta*. Siguiendo la forma de estas palabras surgen *poliflauta*, *curaflauta* o *monjaflauta* para referirse, con mayor o menor simpatía, a individuos que se han dado a conocer por sus actuaciones de apoyo al movimiento 15M y a los perjudicados por la situación de crisis económica.

Este es el caso del sacerdote murciano Joaquín Sánchez, que recibe este apelativo de *curaflauta* por su lucha contra los desahucios de varias familias:

Don Joaquín, el 'curaflauta' experto en frenar desahucios lucha por la dación de hipoteca (#OccupyAlmudena 30 jun 12)

O *poliflauta* para referirse al policía municipal Javier Roca Sierra cuando se reincorporó a su trabajo tras haber sido sancionado por sumarse al movimiento 15M:

Seré políticamente incorrecto, me encanta Javier Roca. Dicen poliflauta, a mí me parece un policía comprometido (@BlancoJoseMaria 4 feb 12)

Una vez instalado el término *perroflauta* en el vocabulario de los hablantes, empiezan a surgir palabras derivadas, como se aprecia en el siguiente mensaje de la cuenta paródica @Varela_Rouco en el que se crea el verbo *perroflautear* a partir del sustantivo y cuyo significado podemos deducir como ‘solidarizarse, apoyar a los que no tienen recursos económicos’:

Cáritas ha perroflauteado por encima de sus posibilidades (20 may 12)

Maricomplejines

Este compuesto está formado a partir de *Mari*, apócope de *María*, + *complejos* + el sufijo *-ín*; término empleado en un primer momento como sustantivo apelativo y después como adjetivo. Este vocablo recuerda otros muy populares como *marimandona* o *marisabidilla*. Se trata de una creación del periodista Jiménez Losantos que se hizo popular para referirse a Mariano Rajoy tras haber perdido las elecciones el año 2008 y que se convirtió en un sobrenombre con el que se aludía despectivamente al político. Posteriormente se generalizó para referirse, además de a Mariano Rajoy,

³ www.iaioflautas.org es la página web que este colectivo creó para difundir sus actividades y exponer su compromiso con los jóvenes y contra las injusticias sociales. Como aseguran en el lema de este sitio web, «vam lluitar i aconseguir una vida millor pels nostres fills i filles».

a los miembros del Partido Popular con el significado de ‘timoratos, acomplejados o cobardes’. También puede interpretarse como un juego de palabras, al estilo de un calambur, en el que al leer las primeras sílabas se descubre la palabra *maricón*.

Muchos *tuits* reflejan que este apelativo ha pasado al vocabulario de los demás usuarios:

Total montoro, gallardón, mato, maricomplejines o wert no son muy diferentes al sindicalista consejero de bankia, les pega #19ftomalacalle (@FernandoGimMad 17 feb_12)

Qué alegría volver a escuchar a Aznar hablando sin complejos, no como estos maricomplejines rajonianos (@davidavendano 18 feb 12)

Digodiego

El caso de *digodiego*⁴, con el significado de ‘rectificación’, tiene un origen peculiar ya que no se forma, como en la mayoría de los casos, uniendo o cruzando dos palabras sino que es un sustantivo creado a partir de la reducción de un conocido dicho castellano: *Donde dije digo, digo Diego*; juego de palabras con el que se da a entender que alguien cambia de opinión y se desdice de lo dicho anteriormente.

Este compuesto se crea y se utiliza para ironizar sobre la política del PP, partido que desde su llegada al gobierno en noviembre de 2011 ha anunciado en varias ocasiones medidas contrarias a las que había prometido durante la campaña electoral. De ahí que se hable de forma burlesca y con intención ofensiva de que los ministros se dedican más a *anunciar digodiegos* que a hacer declaraciones, y de ahí también que se apode al presidente Mariano Rajoy *Digodiegomán*, es decir, el superhéroe de las rectificaciones. Este apodo es un nuevo compuesto de evidente significado satírico ya que la base inglesa *man* lleva de inmediato a asociarlo con otros nombres de superhéroes como Superman, Spiderman o Batman, lo que contribuye a su ridiculización. Se observa así un efecto curioso ya que lo que en principio pudiera parecer un eufemismo utilizado para no acusar de mentirosos a los miembros del gobierno tiene un efecto totalmente disfemístico debido a la carga de ironía y sarcasmo añadidos por la nueva palabra, que sugiere que el que rectifica lo hace sin reconocer que antes ha dicho lo contrario:

Otro digodiego de Rajoy. En campaña dijo que no daría dinero público a los bancos... Y ahora no descarta ayudar a BANKIA (@paco_colorado 8 may 12)

⁴ Este compuesto nominal es una creación de un grupo de humoristas, los «Especialistas secundarios», en su sección «Todo por la radio» del programa diario de las mañanas de la cadena SER *Hoy por hoy*, dirigido por Carles Francino; llega a ser utilizado en *tuits* escritos por los oyentes del programa. [Actualmente esta sección está incluida en el programa «La Ventana» que se emite por la tarde.]

Por otro lado, encontramos varios tuits en los que se juega con las siglas I+D (Investigación y Desarrollo) para criticar la forma de actuar del gobierno del Partido Popular. En estos ejemplos la inicial D siempre tiene el significado de *digodiego* y la I se corresponde en todos los casos con conceptos negativos relacionados con una forma incompetente y absurda de gobernar como *improvisación*, *illegalización* o *imaginación*:

#NiUnEuroMas El gobierno quiere salir de la crisis a base de I+D (Illegalización+DigoDiego) (@JAlcantaraPerez 8 may 12)

3.3. CRUCE DE PALABRAS O CONTAMINACIÓN LÉXICA

A diferencia de los compuestos del apartado anterior, en los que las bases que entran en la formación léxica conservan su forma, los cruces de palabras son casos en los que a una palabra base, pongamos por caso *huelguista*, se le superpone otra, *holgazán*, que aporta una carga connotativa peyorativa, además de modificar su forma y ofrecer un resultado inesperado:

huelguista + holgazán = huelgazán

Este tipo de juego de palabras es un mecanismo lexicogenésico muy económico en la manifestación de la descortesía cuyo resultado es del todo impredecible. A pesar de que se trata de creaciones ocasionales, algunas tienen fortuna y son repetidas por numerosos usuarios, especialmente en los medios digitales, otorgándoseles de esta manera un relativo éxito y una cierta perdurabilidad. Ejemplos de palabras nuevas creadas por cruce o contaminación utilizadas con intención ofensiva son los que exponemos a continuación.

A partir de nombres comunes:

feminazismo (de *feminismo* + *nazismo*)

Es un término creado para calificar negativamente la actitud de superioridad y de intransigencia a la que pueden llegar determinadas feministas.

conspiranoia (de *conspiración* + *paranoia*)

gusticia (de *gusto* + *justicia*)

burresía (de *burro* + *burguesía*)

pobretariado (de *pobre/pobreza* + *proletariado*)

perolatas (de *perorata* ‘discurso molesto o inoportuno’ + *lata* ‘rollo, aburrimiento’)

Y a qué se dedica usted más allá de hablar de comida y soltar perolatas desde Argentina? (@JFKa 19 jul 11)

perrodismo (de *periodismo* + *perro*)

forrarquía (de *forrarse* + *monarquía*)

España se gobierna a través de una forrarquía parlamentaria

gallina culeca (de *culé* ‘del club deportivo Barça’ + *clueca*)

Messi es el número uno!! Pepe lo pisó como una gallina culeca (alude al pisotón que el jugador del Real Madrid Pepe le dio en la mano al jugador del Barça Messi durante un partido). En este ejemplo se produce una metátesis fonética (del adjetivo *culé* a *clueca*), además del juego polisémico del verbo *pisar*, una de cuyas acepciones (‘en las aves, cubrir el macho a la hembra’ DRAE) nos hace interpretar con mucha más ironía el mensaje.

A partir de nombres propios:

- con siglas:

pepeciatas (de *PP* + *sociata*)

Por analogía con el término *sociata*, resultante de la derivación regresiva a partir de *socialista*, se crea este término con matiz despectivo que conlleva la terminación *-ciata*.

pepesuna (de *PP* + *batasuna*)

Aunque propiamente se trata de un cruce léxico, podríamos considerar que *-una* funciona como sufijo.

- con marcas comerciales:

Telemierdid (de *Telemadrid* + *mierda*)

Telecirco (de *Telecinco* + *circo*)

Vomistar (de *Movistar* + *vomitar*)

Garrafone (de *Vodafone* + *garrafón*)

Que les den por el culo tanto a vomistar, como a garrafone, como a los gabachos de orange (Djpepo 3/3/2012). Comentario en el Foro de Yahoo!Finanzas a una noticia del 2/3/2012 sobre supuestas ofertas de algunas compañías de telefonía móvil.

- con antropónimos:

Esperrancia (de *Esperanza* + el adjetivo *rancia*, con el resultante *perra* intercalado)

Tomás Gómez primero tiene que ganar a Esperrancia y ser el presidente de la Comunidad de Madrid.

Esperatriz (de *Esperanza* + *emperatriz*)

A cínica y descarada desde luego, no hay quien gane a nuestra (mal que nos pese y nos pesa mucho) esperatriz de madriz (FB, Teresa Tomé Pérez 16 dic 2011)

Desatinos

Usado como nombre propio, cruce entre *Moratinos* y *desatino*. La palabra resultante eclipsa casi totalmente el nombre propio de origen.

Moudridismo (de *Mourinho*, entrenador del Real Madrid + *madridismo*)

Wertgüenza y sin-Wert-güenza:

A partir del apellido del ministro de Educación José Ignacio Wert se hace un cruce con la palabra *vergüenza* para criticar su política educativa y sus controvertidas decisiones:

¿En la nueva asignatura del sin-WERT-güenza explicarán por qué aporrean, insultan y golpean a los y las menores que defienden sus derechos? (NFranze 18 feb 12)

El Brey plasmado

En este sintagma se juega con el segundo apellido del presidente Mariano Rajoy Brey, aprovechando la paronimia con *rey*, al mismo tiempo que la existente entre *pasmado* y *plasmado*, lo que facilita la formación de un cruce léxico que alude a las peculiares declaraciones a la prensa que este político lleva a cabo a través de emisión digital en pantalla de plasma para evitar el contacto directo con los periodistas. El resultado evoca el título de la película de Imanol Uribe *El rey pasmado* (1991), basada en la novela de Torrente Ballester *Crónica del rey pasmado* (1989).

4. CONCLUSIÓN

Los medios de comunicación virtual se constituyen en un vehículo eficaz para el desarrollo y la difusión de la descortesía; esto es así fundamentalmente por el anonimato que ampara a sus usuarios. Pero más allá de tirar la piedra y esconder la mano, hemos visto que los agresores verbales de redes sociales como Twitter hacen gala de su descortesía y utilizan el lenguaje en consecuencia como una cuestión de estilo. Se preocupan de la expresión lingüística como uno de los factores primordiales que condicionan la fidelidad de sus seguidores. De ahí que el éxito que adquieren hoy muchas cuentas de las redes sociales no obedezca solo a la intención ofensiva con que se publican los mensajes sino que provenga de la elaboración ingeniosa de los tuits con que el emisor busca la sorpresa del receptor.

La jocosidad y el juego de palabras están tan presentes en la creación de las expresiones descorteses de los medios digitales que podemos entender que cumplen una función primaria de carácter lúdico y estilístico, previa, incluso, a la hostil. Hemos visto cómo la proliferación de recursos retóricos en los tuits, entre los que sobresalen procedimientos lexicogenéticos como la derivación o la composición novedosas y, especialmente, los cruces de palabras, sirve muy a propósito para la expresión de la descortesía. En aras de la configuración de un estilo personal reconocible, muchos de los emisores-creadores trasladan la atención de la idea a la palabra, del contenido que se critica a la expresión con que se formula la crítica, lo que permite comprender el afán creador del emisor. El esfuerzo de los usuarios por crear expresiones o breves textos ingeniosos e hilarantes para hacer más atractivos sus comentarios y persuadir con más éxito a sus seguidores es uno de los rasgos que sobresalen en la manifestación de la descortesía en los medios de comunicación, especialmente en Twitter. En este sentido, podría pensarse, incluso, que el hecho de que la forma de la expresión hostil esté tan presente en el estilo de un emisor determinado impediría que pudiera considerarse completamente como grave ofensa.

BIBLIOGRAFÍA

- ALCOBA, Santiago (2004): «Cortesía e imagen en la lengua de Internet», en Diana BRAVO y Antonio BRIZ (eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel, 357-370.
- BAÑÓN, Antonio (2010): «Comunicación destructiva y agresividad verbal en la Red. Notas en torno al discurso sobre las enfermedades raras», *Discurso & Sociedad* 4 (4): 649-673.
- BERNAL, María (2008): «¿Insultan los insultos? Descortesía auténtica vs. descortesía no auténtica en español coloquial», *Pragmatics. Quarterly Publication of the International Pragmatics Association* 18 (4): 775-780.
- BRAVO, Diana (ed.) (2005): *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, Buenos Aires: Dunker.
- BRENES PEÑA, Ester (2007): «Estrategias descorteses y agresivas en la figura del tertuliano televisivo: ¿trangresión o norma?», *LINRED* 5; http://www.linred.es/articulos_pdf/LR_articulo_22062007.pdf
- BRENES PEÑA, Ester (2009): *La agresividad verbal y sus mecanismos de expresión en el español actual*, Universidad de Sevilla. URL: <http://fondosdigitales.us.es/tesis/tesis/1041/la-agresividad-verbal-y-sus-mecanismos-de-expresion-en-el-espanol-actual>.
- BRENES PEÑA, Ester (2009): «Grados de descortesía en la expresión de juicios y valoraciones negativas. Un caso concreto: Risto», *Interlingüística* 18: 178-189.
- BRENES PEÑA, Ester (2010): *Descortesía verbal y tertulia televisiva: análisis pragmalingüístico*, Bern: Peter Lang.
- FERNÁNDEZ GARCÍA, María Jesús (1999): «La creatividad léxica en el vocabulario político de la prensa», en Joaquín GARRIDO MEDINA (ed.), *La lengua y los medios de comunicación, Actas del Congreso Internacional*, Madrid: Universidad Complutense, 419-434.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (2009): «Descortesía y agresividad bajo el anonimato: Internet», en Catalina FUENTES RODRÍGUEZ y Esperanza ALCAIDE LARA (eds.), 188-210.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (coord.) (2013a): *(Des)cortesía para el espectáculo: estudios de pragmática variacionista*, Madrid: Arco/Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (coord.) (2013b): *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: Arco/Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina y Esperanza ALCAIDE LARA (eds.) (2009): *Manifestaciones textuales de la (des)cortesía y agresividad verbal en diversos ámbitos comunicativos*, Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- GARCÍA PLATERO, Juan Manuel (2009): «Lexicogénesis y violencia verbal», en Catalina FUENTES RODRÍGUEZ y Esperanza ALCAIDE LARA (eds.), 30-40.
- GARCÍA PLATERO, Juan Manuel (2010): «Usos afijales descorteses en registros formales», *Discurso & Sociedad* 4 (4): 809-827.
- GARRIDO MEDINA, Joaquín (1997): *Estilo y texto en la lengua*, Madrid: Gredos.
- GUERRERO SALAZAR, Susana (2007): *La creatividad en el lenguaje periodístico*, Madrid: Cátedra.
- LÓPEZ MARTÍN, José Manuel (2007): «La violencia en las ondas. El discurso descortés de Federico Jiménez Losantos», *Interlingüística* 18: 651-660.

- LUCERO SÁNCHEZ, Ernesto (2007): «Usos y variaciones del nombre propio como estrategia política. De «Zapatero» a «Zetapé» en el discurso político de Jiménez Losantos», *Discurso & Sociedad* 1 (3): 439-481.
- MANCERA RUEDA, Ana (2009): «Manifestaciones de (des)cortesía y violencia verbal en los foros de opinión digitales de los diarios españoles», *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad* 3 (3): 437-466.
- MANCERA RUEDA, Ana (2012): «Impoliteness in Spanish Digital Mass Media», en Lucía FERNÁNDEZ AMAYA (et al.) (eds.), *New Perspectives on (Im)Politeness and Interpersonal Communication*, Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 37-57.
- MARTÍN NOGALES, José Luis (2010): «Testigo del siglo», en Arturo Pérez Reverte, *Con ánimo de ofender. Artículos 1998-2001*, Madrid: Alfaguara, 13-21.
- MAYER, Bernard (2009): *Staying with conflict: A strategic approach to ongoing disputes*, San Francisco: John Wiley.
- ZAPPAVIGNA, Michele (2011): «Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter», *New Media & Society*, 13 (5): 788-806.
- VIGARA TAUSTE, Ana María (1994): *El chiste y la comunicación lúdica: lenguaje y praxis*, Madrid: Ediciones Libertarias.

Catalina Fuentes Rodríguez
Universidad de Sevilla

RESUMEN

Algunos programas televisivos, como *Salvados*, utilizan la coloquialidad para hacer de la entrevista una pseudoconversación y acercar el personaje al público. Analizamos las estrategias empleadas por el presentador, entre las que destaca el uso de la cortesía formal y una descortesía encubierta, que sirven para reforzar su identidad profesional. Este adopta una posición crítica, que le hace redefinir sus relaciones con los entrevistados según el rol interactivo que estos tengan asignados. El resultado es un formato de entrevista ideológica y de gran relevancia mediática.

PALABRAS CLAVE: televisión, (des)cortesía, coloquialización, identidad, imagen social.

ABSTRACT

Some TV programs, like *Salvados*, use colloquial language in the interview in order to turn it in a conversation and to bring the interviewee closer to the audience. The paper analyzes some strategies employed by the interviewer, and, among these, formal politeness and off record impoliteness are used to strengthen his professional identity. He adopts a critical position, in order to define his interaction with the interviewees according to the assigned interactive role. The result is an ideological interview, as well as very relevant in the mass media.

KEY WORDS: television, (im)politeness, colloquial language, identity, face.

INTRODUCCIÓN¹

La entrevista es un producto mediático que está experimentando grandes cambios en la televisión actual². La necesidad de captar audiencia lleva a los periodistas a desarrollar estilos personales que consigan la atención del público y a la vez tengan un sesgo identitario que los caracterice. En este trabajo nos centramos en un programa que se emite los domingos por la noche en *prime time* por la Sexta desde 2008³. En él se entrevistan a personajes de máxima actualidad y gran relevancia pública, sin ocultar en ningún momento la intención de llegar a la crítica social e ideológica usando estrategias mediáticas y lingüísticas altamente rentables: el uso de la cortesía

y la gestión de las imágenes sociales (face)⁴ de los participantes en la interacción crea uno de los productos televisivos más novedosos y con más éxito de los últimos años.

Lingüísticamente *Salvados* se caracteriza, como pretendemos mostrar en este trabajo, por usar la coloquialidad estratégicamente⁵ para hacer de una entrevista una pseudoconversación, una conversación mediática, donde el límite entre lo personal y lo público, entre lo profesional y lo cotidiano se diluyen. Al mismo tiempo, se gestiona la imagen pública, pasando de la imagen grupal o de rol a la individual (Bravo 2004, Fuentes Rodríguez 2010a y b, 2013), y todo esto manejado por el entrevistador, que es el que tiene el poder en todo momento. Jordi Évole (JE) redefine al personaje de acuerdo a sus intereses y los del público, al que quiere representar. Consigue con ello proyectar una nueva imagen⁶ del personaje público, pero también de la sociedad, del gobierno y de él mismo como periodista, imagen que va creciendo en cada programa. La teoría de la (des)cortesía⁷ se hace, aquí, fundamentalmente teoría de la imagen, es decir, más que centrarse en el efecto que la comunicación tiene en esa imagen social del otro (Brown-Levinson 1987) nos centramos en cómo se construye la imagen propia (autoimagen) y ajena (heteroimagen) para redefinir los parámetros comunicativos, redefinición necesaria cuando estamos ante una comunicación pública y mediática, porque hay más intereses y más imágenes en juego. El motor es el receptor: la adecuación a las necesidades de la audiencia, el gran juez de todo.

En este trabajo, metodológicamente situado en el análisis del discurso, concretamente en la teoría de la (des)cortesía verbal y la teoría de la argumentación en la lengua, comenzaremos por caracterizar el tipo de entrevista que constituye *Salvados*, y mostraremos cómo su presentador utiliza mecanismos extralingüísticos (3) y comunicativos (4) para definir su identidad y conseguir así su objetivo mediático. Entre estas se incluyen la coloquialidad (4.1.), determinadas estrategias argumentativas

¹ El presente trabajo se ha realizado dentro del marco del Proyecto FFI 2009-10515, del Ministerio de Ciencia y Tecnología, y del Proyecto de Excelencia de la Junta de Andalucía HUM P10-5872, ambos cofinanciados por fondos FEDER. Agradezco a los dos evaluadores anónimos sus comentarios, que han contribuido a mejorar el presente trabajo.

² Cfr. GARCÉS (2009, 2010), LORENZO-DUS (2009), CLAYMAN-HERITAGE (2002), CEBRIÁN HERREROS (1992), MARTÍNEZ VÁLVEY (1995), HAVERKATE (1998), ARFUCH (1995), FERNÁNDEZ GARCÍA (2000), CORTÉS-BAÑÓN (1997), FUENTES RODRÍGUEZ (2006), GREATBATCH (1992).

³ Es un programa más centrado en el humor en la primera etapa y más ligado a la información en su segunda etapa.

⁴ Para profundizar en el concepto de face, vid ARUNDALE (2006), FUENTES RODRÍGUEZ (2010b, 2013).

⁵ Buscando un fin comunicativo y mediático: aumentar la audiencia.

⁶ El concepto de imagen utilizado en este trabajo es el de face, y su tipología la indicada en FUENTES RODRÍGUEZ (2010b).

⁷ Cfr. BROWN-LEVINSON (1987), BRAVO-BRIZ (2004), BRAVO (2005), BOUSFIELD (2008), CULPEPER (1996), CULPEPER *et al.* (2003), LOCHER-WATTS (2005), SPENCER-OATEY (2000), PLACENCIA-GARCÍA (eds. 2007), FUENTES-ALCAIDE-BRENES (2011).

(4.2.) y la construcción de las imágenes sociales de entrevistador y entrevistado, así como el uso de determinadas formas de (des)cortesía⁸ (4.3.).

2. LA ENTREVISTA. *SALVADOS*

2.1. *SALVADOS*

Los medios de comunicación, en su búsqueda de mayores cotas de audiencia, así como por la necesidad inherente de renovación, están acudiendo en la actualidad a recursos ligados a lo «no políticamente correcto», buscando en la inversión de lo esperado la raíz de su éxito (Fuentes-Brenes 2011). Esto ha supuesto, por un lado, un acercamiento a la coloquialidad que se ha instalado en todo tipo de programas (Fuentes-Brenes 2011 y 2013) (llevada, posiblemente, por la invasión de los *realities*, pero también por los cambios sociopolíticos del país), y por otro, que la descortesía se esté usando como instrumento mediático y no como algo ocasional y negativo que rechazar. Por tanto, encontramos comportamientos considerados antes no adecuados en todo tipo de personajes, no solo en los de menor formación cultural. Moderadores, presentadores y tertulianos de todo tipo han «acercado» su conducta a la del ciudadano medio, rompiendo, o pretendiendo romper, la barrera que separa el salón de casa, o el corillo de la calle, del plató (Fuentes-Brenes 2011; Fuentes-Placencia 2013). Han querido hacer *reality* también de entrevistas, formato claramente periodístico, muy distinto de la conversación distendida de unos amigos. Esta es en el fondo la clave de lo que vamos a ver. Ya ha sido constatado en otros formatos: debates televisivos (Blum-Kulka *et al.* 2002; Lunginbühl 2007; Hernández Flores 2006, 2008; Alcaide Lara 2007; Lorenzo Dus 2007), tertulias (Brenes 2011, 2013; González Sanz 2013; López Martín 2013; Placencia-Fuentes Rodríguez 2013), *talk shows* (García Gómez 2000; Lorenzo-Dus 2009) y concursos (Brenes 2009).

Por otra parte, esta (des)cortesía se utiliza como mecanismo de definición de la identidad del personaje mediático (Garcés 2009; Brenes 2013a y b; López Martín 2013; Brenes-González 2013; González-Brenes 2013; Fuentes Rodríguez 2013). El periodista lo utiliza como rasgo identificador de un estilo profesional, frente a los de su propio grupo⁹. Garcés (2009) hablaba de un caso semejante en lo que llamó «news as confrontation», cuando el periodista utiliza la agresividad en las entrevistas, para así destacar como una figura mordaz. En nuestro caso, vamos a centrarnos en otro perfil: en el del entrevistador «crítico», que invierte los parámetros de la situación esperada en la entrevista y los acerca a una charla familiar. Nos estamos refiriendo a

⁸ En este trabajo se sigue la concepción de la cortesía expuesta en FUENTES RODRÍGUEZ (2010a), a la que reenviamos de aquí en adelante para los conceptos de cortesía formal, estratégica y las diferentes manifestaciones y grados de descortesía.

⁹ Para el concepto de identidad, cfr. Yus (2001, 2011), BUCHOLTZ-HALL (2005), JOSEPH (2004), SIMON (2004), FUENTES RODRÍGUEZ (2013).

la figura de Jordi Évole en *Salvados*. Sus estrategias comunicativas justifican el éxito obtenido y nos explican el gran poder que tiene la palabra en el entorno mediático.

2.2. JORDI ÉVOLE

Jordi Évole empezó con el personaje de «El Follonero» en el programa de Buenafuente (*La Sexta*¹⁰), utilizando el humor como instrumento crítico. Para ello se acercaba a los personajes más famosos, y más representativos del país, con procedimientos «extraños», y en ocasiones los llevaba al ridículo. Usaba lo inadecuado al contexto, siempre con una tendencia a rebajar la posición del personaje entrevistado, o abordado, para decirlo más exactamente. El personaje famoso tenía tres salidas: aceptar con humor la pregunta (o el abordaje), recurrir a la ironía, o el rechazo. Lo que se pretendía era acercar el personaje al ciudadano, haciéndole preguntas poco esperadas por este y más propias de una relación distendida o familiar, o abordarlo de manera excesivamente directa, para ridiculizarlo y convertir la entrevista en una crítica social.

Al principio las entrevistas no eran tales, sino alguna pregunta en un entorno inadecuado, una intrusión en un evento público, con un elemento curioso, que provocaba la risa, y ridiculizaba al famoso (entrega al Papa una guitarrita del Chiquilicuatre, el personaje que representó a TVE en gala de Eurovisión en 2008...).

Luego, en *Salvados*, se ha convertido en un personaje mediático de gran éxito. Ha conseguido un Premio Ondas en 2012 y el premio Iris de la Academia de la televisión en 2012 y 2013 al mejor programa de actualidad y al mejor reportero. Ha entrevistado a muchos personajes relevantes del mundo de la política, la justicia, la economía... Aborda cualquier tema candente con repercusión pública (corrupción política, sanidad, educación, escándalos judiciales, financieros,...) y lo hace en tono coloquial, buscando llegar a cualquier receptor, como si estuviera en una conversación familiar. Esta cercanía consigue romper la distancia social, y afecta a las imágenes de los participantes en el programa: el entrevistado aparece como cercano, y el periodista como un profesional que ha conseguido lo que nadie ha hecho. Además, trata el tema con tranquilidad (incluso el tono de voz es pausado), de forma natural, con todas sus implicaciones, incluso las incómodas. Se pregunta lo que en otra situación no se permitiría. Se acepta lo incómodo, lo no políticamente correcto, lo comprometido, y todo ello por el clima creado. A ello contribuye:

- El entorno físico de la entrevista
- El atuendo del periodista
- El lenguaje utilizado

¹⁰ Uno de sus personajes más famosos. Representaba la «voz del público», en tono de humor jocoso e inevitablemente crítico y provocador. Apareció en TV3 anteriormente con Buenafuente.

Se redefine el contexto y las relaciones comunicativas, creando un ambiente familiar, aunque mediático.

3. PLATÓ Y ATREZZO

En este punto trataremos los dos primeros factores: el espacio en el que se realiza la entrevista y el atuendo del periodista.

EL ESPACIO FÍSICO:

Uno de los factores que determinan el tipo discursivo y el grado de cercanía o no de una conversación es el espacio físico en el que esta se realiza. Generalmente una conversación coloquial se desarrolla en un espacio compartido, de cotidianidad, frente al espacio no cotidiano que caracteriza la conversación. En nuestro caso, supondríamos que una entrevista debe hacerse en un plató de televisión. Es lo esperado. Pero la constante de JE es romper lo esperado, la transgresión. Por tanto, se hace en un espacio común, neutro, que permite una interacción relajada: en un bar, tomando un café, en un banco de un parque, o en el salón de la casa del entrevistado, incluso en su sitio de trabajo. Pero nunca es un plano fijo sino dinámico: antes se ve al periodista llegar al lugar, mostrarlo, visitarlo con el personaje, comentar sobre aspectos cotidianos como la decoración, etc. De esta manera rebaja la formalidad del despacho. Si visita un juzgado quiere ver dónde se guardan los archivos de los casos, comenta cuántas cajas hay, «¿usted se lo ha leído todo?», con lo que desmitifica al personaje y le lanza la pregunta que se hace el hombre de la calle.

Cuando se encuentran en un espacio público (cafetería, parque, etc.), se consigue reducir la distancia del personaje público con el ciudadano al insertarlo en terreno neutral y cotidiano. Se produce un cambio de imagen: de la imagen de rol a la imagen personal, bajándolo de su pedestal. Trata al personaje público como si estuviera en un entorno privado. Por ejemplo, parte de la entrevista que le hace a Artur Mas, presidente de Cataluña y personaje controvertido en este momento, se desarrolla en la playa. Parece inadecuado realizar una entrevista en ese lugar. Precisamente para conseguir esa adecuación contextual comienza diciendo:

JE: Pues no sé/ no sé/ qué se le podría preguntar yo aquí ↑/en la... ↑

AM: Usted pregunte lo que quiera↓// yo no sé si le podré responder a todo↓/ pero usted pregunte lo que quiera (EAM¹¹).

JE muestra inseguridad en su papel de entrevistador, pero hasta de esta «inadecuación contextual» saca partido: consigue acercar a Artur Mas al ciudadano,

¹¹ EAM: http://www.lasexta.com/videos-online/programas/salvados/quinto-aniversario/mas-banado-pelotas_2013022400123.html. Transcripción realizada por María Córdoba.

rebaja la tensión de la interacción y consigue informaciones relevantes, quizás porque el entrevistado no está preparado para ello. Queda fuera de lo esperado.

JE: ¿Ha hecho nudismo usted alguna vez? ↑
AM: Nudismo no↓/ No he hecho nunca nudismo↓/ Si por nudismo se entiende ir a una playa nudista↓/ no/ no lo he hecho nunca↓
JE: Bueno ↑ bañarse en pelotas↓
AM: Esto ↑ sí↓
JE: Esto sí ↑
AM: Esto sí↓/ Esto sí↓
JE: De día ↑
AM: Pero eso no es nudismo↓//Sí// de día/ de día// Sí/ sí.
JE: Dónde↓
AM: Lo que no he hecho/ es pasearme por la playa→ ehhh→ como nudista↓// Ahora/ sacarme el traje de baño dentro del agua/ sí↓
JE: ¡Ah! ↑ Dentro del aguaaa↓
AM: Sí/ sí↓
JE: ¡ah! Vale/ vale/ vale↓// Es usted moderado ↑ hasta para eso (EAM)

Hemos visto cómo JE no deja nunca el tema, sigue preguntando por circunstancias, detalles, para presentarle al espectador una escena nítida y real, pero también para poner en cierto modo nervioso al otro, y demostrarle su poder, que no abandona su línea argumentativa ni su objetivo. La reiteración en el comentario: *ah, vale, vale, vale...* lleva al siguiente comentario, en el que ya hay una valoración, con mucha carga política: «Es usted moderado hasta para eso». Esta forma de ataque suave, cortés, le hace entender al otro que no puede bajar la guardia. Él responde:

AM: Bueno/ hombre/ no sé si soy moderado o no↓// Supongo que mucha gente/ ha hecho lo mismo↓ (EAM)

Y a renglón seguido, vuelve a la cotidaneidad, a romper la imagen del político:

JE: Se ha hecho pipí alguna vez/ dentro en el mar↑
AM: Seguramente sí↓ (EAM)

Podríamos preguntarnos si es cortés o no. Seguramente es inapropiado, pero es una estrategia de destrucción y reconfiguración de la *identidad* del político, que debe aceptar si no quiere llegar al enfrentamiento. La no colaboración supondría una pérdida mayor de imagen. Esto lo sabe Évole y lo explota. Ahí está su fuerza, la base de su poder. Y lo ha conseguido con un lenguaje cortés, aunque quizás inadecuado a la distancia social con el entrevistado y su rol. Las inferencias, claro está, ya no lo son tanto. Aquí no hay ni ataque directo, ni descortesía, pero sí destrucción de imagen e incluso un poco de manipulación, pero en el plano de lo implícito. Hay que tener el mismo entrenamiento que Évole para jugar con él a la ironía y al sarcasmo.

EL ATUENDO:

JE viste como un chico joven, de manera informal, con unos vaqueros y una camisa. Parece más un reportero de campo, que no se «maquilla» para la entrevista. Esto obliga a que el otro esté en una relación menos envarada.

4. ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS

Para conseguir el éxito comunicativo (obtener toda la información posible del entrevistado, que interese al público receptor y, al mismo tiempo, que sea personal) JE se sirve de los siguientes procedimientos lingüísticos:

- la coloquialidad, que afecta al tema, al estilo del texto, y a la elección de mecanismos lingüísticos.
- el uso de estrategias argumentativas¹², entre las que destacan las que apuntan a lo temático (el avance de la información), a la relación interactiva con el entrevistado y al juego de imágenes resultante del encuentro mediático.

4.1. LA COLOQUIALIDAD: DE LA ENTREVISTA A LA CONVERSACIÓN

La coloquialidad se emplea en *Salvados* como estrategia mediática, del mismo modo que hacen otros programas (Brenes 2011, Briz 2013) para conseguir audiencia, acercarse al espectador, y sorprenderlo. Hablamos de uso estratégico de la coloquialidad porque los elementos lingüísticos pertenecen a ese registro, pero no van acompañados de los parámetros discursivos correspondientes. Si lo prototípicamente coloquial (Briz 1998) se caracteriza por los rasgos situados en la primera columna de la tabla siguiente, en *Salvados* las circunstancias son las de un producto mediático formal (segunda columna), pero utilizados como señalamos en la tercera (ver tabla 1).

Se trata, pues, de una interacción comunicativa no prototípicamente coloquial, sino más cercana a lo formal: una entrevista, un producto mediático. Pero usa los mecanismos lingüísticos propios de una conversación familiar y el tratamiento de los temas es el mismo que el de una relación de cotidianidad. Por tanto, se ha producido un desplazamiento de la entrevista a la conversación: tenemos una entrevista informal o familiar. Y todo con un objetivo ideológico¹³: crear una entrevista crítica,

¹² Entendidas en el sentido de la teoría de la argumentación en la lengua (ANSCOMBRE-DUCROT 1983): aquellos procedimientos a los que recurre el hablante para llevar al oyente a determinadas conclusiones. Cfr. FUENTES-ALCAIDE (2002, 2007).

¹³ Cuando hablo de ideología en este programa me refiero a que su fin mediático no es solo lúdico, no se ocultan las creencias del periodista ni la posición de la cadena, y se ve claramente una polarización entre *nosotros* (endogrupo), frente a *los otros* (exogrupo), claves para crear un discurso ideológico (VAN DIJK 2000, 2002).

TABLA 1.

Prototípicamente coloquial	Entrevista	Salvados
Igualdad funcional y social	Distancia social y funcional	Distancia funcional, pero intento de acercamiento creando una igualdad funcional
Relación vivencial de proximidad	Distancia	Crear la relación de proximidad con comentarios, valoraciones
Marco o espacio interpersonal cotidiano	Marco profesional y público	Espacio cotidiano
Fin interpersonal	Fin profesional o público	En ocasiones se intenta crear una relación interpersonal, y el fin de la entrevista se presenta como algo interesante para cualquier ciudadano
Cotidianidad temática	No cotidianidad temática	Se introducen temas de cotidianidad, junto a los públicos, y estos se tratan como cotidianos
Tono más o menos informal	Tono formal	Tono informal
Grado de planificación sobre la marcha	Planificación	Planificación, pero presentada como si se hiciera sobre la marcha

en la que la ironía y el humor son recursos retóricos al servicio del fin mediático, y en la que el periodista deja entrever su posición ante determinados temas.

Esto provoca un cambio en las relaciones interactivas de los participantes en la entrevista. Las imágenes implicadas en la interacción son gestionadas o instrumentalizadas por este para conseguir una nueva identidad. El entrevistador se presenta como un portavoz de la audiencia, siempre alineado con ella, frente al entrevistado. Muestra su superioridad funcional con respecto al que proporciona la información y su relación con él varía según el rol asignado, presentado de dos modos:

- a) El entrevistado testigo o víctima. Su testimonio vale para llevar al oyente a conclusiones implícitas, y para el ataque a otros acusados (aludidos). La relación de JE con él es de cortesía y empatía.
- b) El protagonista, del que JE quiere conseguir información, sea en su beneficio o perjuicio. Generalmente con este la relación puede llegar a la descortesía encubierta (Culpeper 1996, 2005; Kaul de Marlangeon 2008).

El entrevistador crea una identidad como defensor de la audiencia, frente a los que pueden estar engañando o estafando, y refuerza su imagen profesional, consiguiendo con ello un fin personal, de autoimagen. Para ello recurre a muy diversos procedimientos.

4.2. ESTRATEGIAS ARGUMENTATIVAS

4.2.1. Mecanismos interactivos

La relación interactiva siempre se crea desde la cortesía formal, y esto se muestra en los mecanismos utilizados para gestionar la conversación, como los apelativos. Es frecuente que JE trate de usted generalmente al cargo público entrevistado, aunque en ocasiones llega a una forma más directa (por ejemplo, con un inspector de hacienda). Generalmente, en estos casos el entrevistado representa la función de testigo, es decir, es un instrumento a favor de su argumentación. Por ejemplo, con Felipe González (FG), siempre mantiene el tratamiento de distancia:

76JE: ¿Recuerda usted su primer gabinete de gobierno?↑(EFG¹⁴)

Pero eso no le impide introducir comentarios que llevan una cierta orientación ideológica, y que representan un contrapunto ya que suponen cierta familiaridad. Así advertencias como en:

129FG: Algunos los doné al Rey→

130JE: Con el Rey cuidado ahora porque le crecen hasta los enanos↓ (EFG)

O interjecciones o expresiones inadecuadas, pero emotivas:

118JE: Ostia↑/ lo veo muy optimista↑(EFG)

O recrea una cercanía funcional ya desde el principio de la entrevista. Para ello el uso de la emoción es un arma rentable:

JE: Estoy un poco↓ impresionado/ no le voy a negar→

FG: (RISA)

JE: No/ no se ría porque para usted/((pues)) hacer entrevistas→ y eso/ es una cosa muy habitual→(EFG)

4.2.2. Progresión temática:

a) Intervenciones de relanzamiento: JE trata de conseguir la información con procedimientos propios de la conversación distendida. De ahí la abundancia de intervenciones de relanzamiento (Gallardo 1993), y las repeticiones.

BG: No existe el delito por lo que se me ha condenado// se crea↑ el delito↓

¹⁴ EFG: <http://www.lasexta.com/videos/salvados/2012.html>. Transcripción realizada por María del Mar Villalta, Sergi Nadal y Bruno Sánchez.

JE: Cómo que no existe el delito↑/ por el que se le ha condenado↑ (EBG)¹⁵

Cómo que... relanza la pregunta. Vuelve sobre un punto cuando no está de acuerdo:

114JE: §Sí?↑

115FG: Sí↓/ sí↓/ sí↓/ sí↓

116JE: ¿Pero en esta década?↑

117FG: Sí↑ Sí↓/ sí↓/ sí↓// Sí↓/ sí↓ (EFG)

Cuando el entrevistado no responde e introduce un giro en la conversación, él no lo acepta y reconduce la entrevista:

238JE: usted y Aznar↑ / ¿tienen tan mala relación como parece?↑

239FG: no no es mala porque no es existente / las relaciones pueden ser MALAS [cuandoo]

240JE: [eso en] mi barrio es mala / cuando uno dice: yo es que no tengo relación ya con ese señor↑ en mi barrio / es MALO↓

250FG: no pero no no no ha habido esa relación desde el comienzo↑/ mira qué belleza↓/ cómo está brotando la primavera en todo

251JE: sí sí / igual que no brota su relación con Aznar↑§

252FG: §sí eso es / la pantalla verde↑ / es incompatible con la exhibición del árbol↓ [(())]

253JE: [¿Qué es lo que más le MOLESTÓ] de la época de Aznar en la oposición?↓

254FG: molestar molestar no / si me dice QUÉ error cometí↑ / eso sí lo tengo claro↓

255JE: ¿cuál fue?

256FG: emmm no DARLE APRECIOS / ((es)) lo que no debe hacer nunca uno con el adversario político↓

257JE: ¿no le daba aprecio a Aznar?↑ ¿no no se lo tomaba en [serio]?↑

258FG: [sí] /// eso /// mira qué bello / eso es otro olivo // silvestre (EFG)

En 240, JE no está de acuerdo con él, y lo corrige. FG intenta distraer la atención centrándose en los árboles que están viendo en el Jardín botánico. JE lleva la expresión a una metáfora política: «brotá su relación con Aznar», y retoma la discusión. En 257 introduce otro relanzamiento, pidiendo una aclaración.

b) Comentarios colaborativos. La evaluación y la introducción de comentarios es una estrategia muy frecuente de JE. A veces se utilizan para conseguir más información, para reconducirla, como en el ejemplo anterior (interv. 240), para llevarla a otro extremo, para conseguir la empatía con el receptor, o por el contrario, mostrar su posición crítica.

257FG: diputada europea //

258JE: ¡ah! EUROPEA↑§

¹⁵ EBG: http://www.lasexta.com/programas/salvados/avances/baltasar-garzon-mas-que-juez-estrella-soy-juez-estrellado_2012121400075.html. Transcripción realizada por María Córdoba.

259FG: §sí§

260JE: §hombre eso es una bicoca ;eh? ↑//

261FG: ah pues no sé si lo entiendee como bicoca↑ no pero es↓

262JE: [eso] es lo que se dice en los mentidores políticos

263FG: [ah sí!]

264JE: que el que va Europa↑ va a la senda de los elefantes

265FG: pues que se lo pregunten al ministro de asuntos exteriores↑ actual ↑/ García Margallo se ha llevao diecisa dieciseis años ALLÍ↑ (EFG)

JE inserta comentarios que hacen inferir una clara crítica social. Así, hablando de los inspectores de Hacienda dice:

25JE: Esto parece como los controladores aéreos↑ / que no querían ellos que hubiese más controladores [aéreos]↑ (EMR)¹⁶

O se preocupa por la gestión de la entrevista:

302JE: usted me quiere quitar tiempo a la entrevista (EFG)

Su intervención a veces pretende relajar la tensión y llevar a la cotidianidad temática, como el siguiente comentario sobre las compresas:

269FG: [sí sí señor] sí señor // ;quiere oler esa flor? / °(no quiere)°§

270JE: §;es necesario?

271FG: sí↑ ///

272JE: parece esto a un anuncio de compresas/ eh↑/ a qué a qué huelen las nubes y esas cosas (EFG)

En este caso JE no parece colaborativo en 270 porque en realidad considera la petición de FG una distracción del tema principal y no una invitación.

El comentario puede introducir el contrapunto cotidiano, no solo por el comentario de FG (135), sino por la forma de introducir la pregunta, con repeticiones, focalizaciones, etc., en 134:

134JE: ;Ahora qué hay que hacer?↑/ ;Hay que ir andando?↑/ ;Se tiene que ir en coche oficial?↑/ ;Cómo funciona esto?↑

135FG: Ahora hay que suicidarse al amanecer/ hay que ir en el coche/ sí↓ (EFG)

Las preguntas del entrevistador, como estamos viendo, muestran su estrategia de focalización: él vuelve sobre los aspectos que quiere aclarar o poner de relieve (*cómo qué..., y..., pero...?*). Otras veces usa los comentarios para hacer avanzar la información (*No entiendo..., ¿Me está usted diciendo...?*)

¹⁶ EMR: <http://www.youtube.com/watch?v=LYTx9sUgxns>. Transcripción realizada por Víctor Béjar.

18. MR (Manuel Redal): Buenoo ahí yo creo que por falta de eficacia→ / de las administr- o de las administraciones tributarias↑
 19. JE: *No lo entiendo*↓
 (MÚSICA DE SUSPENSE)
 20. MR: En España haay→ / muy pocos / ehhh / inspectores // muy pocos // yy sin embargo / aparentemente lo hacen absolutamente todo
 21. JE: ¿Y por qué no se aumenta↑ / el número de inspectores fiscales?↓
 22. MR: Porque ellos no quieren que se aumente↑
 23. JE: *[No entiendo]*
 24. MR: [(()) Sí sí]↑ (EMR)

c) Usa procedimientos de derivación, consecuencia o deducción de inferencias, para conseguir el progreso temático y obtener las respuestas que quiere:

1. JE: Ahora ya sabemos↑ / que / este gobierno↑ / va a recuperar↑ / el impuesto↑ / del patrimonio↓ / y he escuchado quee / bueno las grandes fortunas de España parece que no están / muy a favor de que se les aplique esto↑
 2. MR: No / no / desgraciadamente no

3. JE: *¿Y tú qué consideras?*↓ / *[¿Que ese impuesto es justo?]* (EMR)
 JE: *¿Pero esto es coherencia?* (EAF)

El uso de las inferencias puede ser empleado en ocasiones por el entrevistado para expresar su postura de forma intensificada o desarmar al periodista:

FG: \$no pero ¿usted eeh cree que Griñán / se queda con dinero público? // °(bueno)° que es un hombre de una honestidad a prueba de bombaas como Manolo Chávez // emm no no está dentro de esa categoría↓ lo siento mucho // eh no es comparable / y no pienso hablar de otros / no es comparable con los que se HAN LLEVAO dinero público↑ / punto / ya!↓ (...)

FG: o sea que mmh ¿eso significaría que si yo hubiera estado veinte años / me hubiera enriquecido gobernando?↓ (EFG)

d) Aserciones directas para hacer avanzar la información. En los ejemplos anteriores podemos ver claramente que JE ahorra en medios, y busca la pregunta directa. No se pierde en formulismos.

- JE: *¿Lo ve normal?*
 MB: No/ me parece absolutamente descabellado↓
 JE: *¿Cómo se llegó a esto?* (EMB)

También sus aserciones son rotundas, con lo que muestra su posición ideológica y reconduce la entrevista en los casos de enfrentamiento:

MB: Bueno/ yooo/ yo/ he tenido y he mantenido conversaciones con él↓ / haciéndole ver mi parecer↓/ pero recordemos que la dimisión es un acto personal// Y bueno/ el hecho que aquí estamos en el momento de la transparencia máxima ↓/y en el

que la gente está esperando comportamientos acordes con un momento/ en el que evidentemente lo que hay que ser/ es un modelo de gestión y no otras cuestiones↓
JE: *Modelo de gestión↓/ pero usted sigue teniendo* al frente de una empresa pública que depende de su Diputación/ a un señor que ha defraudado a Hacienda↓
MB: Bueno/ eso es lo que usted dice↑// Es lo que ha salido↑.
JE: *Eso/ es/ lo que pasa↓* (EMB)

JE presenta sus conclusiones y evalúa de forma rotunda, aun cuando el otro discrepa: *Esto es lo que pasa*, rechazando la objeción del otro y comparando su tono con el entrevistado, que titubea o no muestra gran seguridad a la hora de explicarlo: *bueno,...yo...yo...yo... y bueno...*

Busca respuestas claras, y por ello recurre a veces a la reformulación. *Bueno, bañarse en pelotas* (EAM).

4.2.3. Expresión de la emoción

JE gestiona la subjetividad, los sentimientos, para un fin comunicativo¹⁷: acercar al personaje público a la calle, obtener información, rebajar la tensión, llevarlo a lo cotidiano. Esta estrategia, que antes era rechazada y lo llevaba al ridículo (El Follonero), es ahora aceptada y crea su identidad como periodista crítico, irrespetuoso con las normas sociales, a la vez que refuerza su poder.

29. JE: *¿[Pasa] lo mismo con los inspectores fiscales?*↑ §
30. MR: § Puees→ / muy parecido /// los inspectores intentan impedir→ / de alguna forma / que los técnicos asuman mayores responsabilidades↓
31. JR: *Me estoy poniendo muy nervioso* ;eh?↑
32. MR: *¿por- por? / por el / [por ee]→*
33. JE: [Hombre] pues porquee mmm / me jode mucho que haya fraude fiscal porquee / dentro del [ministerio= (...)
38. JE: */Y eso es superfuerte*↑ / o sea]→ / [es que]→ (EMR)

El plus de emoción es importante, convierte la entrevista en pseudoconversación, refuerza el plano privado, íntimo, muestra al entrevistador implicado en el tema tratado. La emoción se usa para crear empatía y conseguir del otro una infor-

¹⁷ Cfr. FUENTES RODRÍGUEZ (2012) y los trabajos en torno a la teoría de la appraisal: WHITE (2000, 2002, 2003, 2004), MARTIN (1995, 2000, 2003, 2004), MARTIN-WHITE 2005, MARTIN (2000), y HUNSTON-THOMPSON (2000), KAPLAN (2004) y GONZÁLEZ RODRÍGUEZ (2011). El tema de la evaluación es ahora un campo de análisis fructífero, donde abundan los acercamientos desde diversos puntos de vista. Consultese, asimismo, LEMKE (1992, 1998), CAFFI-JANNEY (1994), ENGLEBRETSON (ed., 2007), la perspectiva de KÄRKÄINEN (2003), o los estudios encuadrados en NIEMEIER-DIRVEN (eds., 1997).

mación, pero no para evaluar ni enjuiciar. En estos casos JE recurre a la aserción pura y desnuda, como hemos visto, es decir, a la forma directa por no llevar atenuantes.

Esta gestión de la subjetividad implica el uso de formas muy familiares, interjecciones, palabras soeces, etc., ligadas a la emoción. Ya vimos anteriormente el comentario (*¡Ostia!*) con Felipe González, y en los siguientes encontramos términos como: *me jode mucho, la cagó*:

JE: [Hombre] pues porque mmm / me jode mucho que haya fraude fiscal porque / dentro del [ministerio= (EMR)

JE: A mí ha habido gente que me ha dicho «es que Garzón la cagó»... (EBG)

4.3. JUEGO DE IMÁGENES, PODER Y (DES)CORTESÍA. CORTESÍA ESTRATÉGICA Y DESCORTESÍA INFERENCIAL

El otro aspecto importante que tratar, directamente relacionado con lo anterior, es el juego de imágenes y relaciones entre entrevistador y entrevistado. Desde el punto de vista interactivo, el poder recae en el entrevistador, ya que es el encargado de dirigir el discurso. Evidentemente, al tratarse de un programa de televisión es normal que el cuestionario haya sido discutido o pactado, por lo que no es una entrevista espontánea, aunque de alguna manera se quiere presentar como tal. Por otra parte, el entrevistador suele ser una persona socialmente relevante, ya sea del campo de la política, la justicia, los negocios, etc. Eso significa que su imagen está suficientemente estabilizada y es conocida por los receptores. El periodista juega con este conocimiento y reputación previa que tiene ante el público. Esta imagen le sirve de garante para la relevancia de la entrevista, es un medio más de captación de la atención del público. Por tanto, el entrevistador «usa» el reclamo de la imagen social del otro, de su prestigio, en beneficio propio. Pero no lo hace al modo tradicional, porque una vez que ha atraído al telespectador al programa, rentabiliza ese éxito y en vez de seguir el tono discursivo que sería habitual en un producto mediático de este tipo (una entrevista formal, en un plató, o en un despacho con una decoración determinada, con el periodista vestido para la ocasión), lo hace en otro entorno, como hemos dicho, y su discurso deriva hacia el registro de una conversación.

De esta manera consigue modificar la imagen previa que el receptor tiene del programa. Es decir, si entrevista Jordi Évole a un juez como Garzón o a un presidente como Felipe González, el tono esperado es de respeto y hasta cierto punto de sumisión. Esperamos discursos políticos, mensajes profesionales formales, pero no que se nos hable de aspectos personales, cotidianos, como de si fuma mucho, si se ha hecho pipí en el mar...

Si se entrevista a un juez, nuestra imagen del mismo lo sitúa en un plano casi inaccesible, rodeado de secreto y poder. Sin embargo, que este nos muestre sus archivos, sus papeles, nos hable en un lenguaje familiar, no es esperable. Cambia, por tanto, la imagen que el receptor se había hecho de este personaje, cambia la del entrevistador, que gana al haber sido capaz de mostrarnos otra cara, y el interlocutor obtiene información profesional y al mismo tiempo personal. Este es, en parte, el éxito del programa.

Normalmente en una entrevista estándar tendremos: Tema relevante socialmente + personaje de prestigio → lenguaje formal, distancia. Si se nos ofrece: tema relevante + personaje de prestigio + cercanía, lenguaje que entendemos + aspectos personales, el resultado es una *información más relevante, que llega más al espectador*. La consecuencia es que: a) la imagen del periodista se ve potenciada positivamente, y b) la imagen del entrevistado también. La imagen previa que tenía el espectador se modifica y se amplía.

4.3.1. *La imagen del entrevistador:*

JE se presenta como un conversador incisivo, con preguntas claras, directas y dominando al entrevistado. Consigue, así, una imagen social potente. Pero, al mismo tiempo y dado que los temas tratados son muchas veces controvertidos, JE protege esa imagen profesional y lo hace recurriendo a la polifonía y la mitigación enunciativa (Caffi 1999). Generalmente busca que el experto sea el que exprese la información, eximiéndose a sí mismo de responsabilidad y, al mismo tiempo, las informaciones quedan legitimadas por una autoridad. Consecuencia de ello es que consigue reforzar su identidad como periodista que consigue informaciones interesantes y que ha hecho hablar a personajes controvertidos o de gran relevancia.

11. JE: Para que yo entienda el concepto / de paraísos fiscales / una empresa que aquí en España gana / cien millones de euros↑ / ¿cuánto tributarían↑ / esos cien millones de euros en España↑ / y cuánto tributarían en un paraíso fiscal?↓

Usa la atenuación, tiene mucho cuidado de no acusar directamente, sin pruebas. En estos casos deja la responsabilidad a otros, o se incluye en el nosotros grupal:

1. JE: *Ahora ya sabemos*↑ / que / este gobierno↑ / va a recuperar↑ / el impuesto↑ / del patrimonio↓ / y he escuchado quee / bueno las grandes fortunas de España parece que no están / muy a favor de que se les aplique esto↑
2. MR: No / no / desgraciadamente no
3. JE: *¿Y tú qué consideras?*↓ / [¿Que ese impuesto es justo?] (EMR)

4.3.2. *El personaje público:*

La entrevista de Jordi Évole, como estamos viendo, no se establece con los parámetros habituales. No se trata de dos roles consolidados que juegan a mantener las reglas establecidas. JE busca ofrecer otra imagen del personaje público. Por tanto, nunca es su aliado, sino su juez, hasta cierto punto. JE está aliado con el espectador crítico, con el que busca la máxima información y el detalle para acercarse a plena luz a las informaciones complejas, preocupantes o difíciles de entender. Esta tarea de acercamiento al gran público de los grandes temas y personajes la lleva a cabo a través del lenguaje coloquial, claro está, pero también con la selección que hace JE de las preguntas y la manera directa de formularla, sin rodeos, justificaciones ni

preámbulos. Pregunta cosas que serían incómodas para el entrevistado, o para terceras personas. Por ejemplo, cuando le pregunta a Garzón si en España se tortura. JE se ha aliado con él, al que presenta como víctima¹⁸, y la crítica la dirige hacia el sistema.

JE: ¿Usted cree que en la España actual se tortura?§
BG: §En todos los países se tortura.
JE: ¿Sigue recibiendo amenazas?§
BG: §Sí↓
JE: ¿Usted cree que esta crisis tiene responsables penales?§
BG: §Sin lugar a dudas↓//
Corrupción y crisis económica van de la mano↓
JE: ¿Le molestaba a usted↑ que le llamasen «juez estrella»?↑
BG: Yo soy más un juez estrellado que estrella↓// Quizás/ es que conmigo siempre ha sido todo/ un poco *sui generis* (EBG)

Incluso, como hemos visto en esta entrevista, desciende a cuestiones personales, opiniones, sentimientos o emociones: *¿Le molestaba...?*

Otra estrategia que debemos aclarar, y que afecta directamente a la negociación de las imágenes aquí, es su postura previa con respecto a los personajes que entrevista. Estos pueden proceder de diferentes ámbitos y la relación con ellos varía. El juego de fuerzas también, porque hay imágenes de grupo y de rol más poderosas que otras. Sus entrevistados pueden ser:

- A) Políticos de cualquier signo, que ocupan cargos importantes o los han ocupado: expresidentes de gobierno, presidentes de comunidades, etc.
- B) Jueces de gran relevancia política como Garzón, y otros que lo son por los temas que llevan.
- C) Personajes destacados de la cultura o la crítica social.
- D) Personajes políticos implicados en juicios o escándalos.
- E) Políticos de segundo plano que interesan para que opinen sobre la doctrina y los asuntos del partido.
- F) Profesionales de la administración expertos que pueden aportar una luz profesional a los temas debatidos políticamente. Pueden ser usados como fuente de información para juzgar el comportamiento político.
- G) Personas relacionadas directamente con un tema, del que aportan información relevante: inmigrantes, profesionales de la educación, de la sanidad... Son representantes de colectivos. En ellos importa su imagen de rol o grupal.

Como vemos, algunos se juegan su imagen personal (a, b, c,d), pero en otros importa más la grupal, como representantes de ciertos colectivos (e,f,g), incluso al-

¹⁸ Téngase en cuenta que Garzón ha sido suspendido como juez de la Audiencia Nacional desde mayo de 2010, por sus investigaciones sobre la trama Gürtel (corrupción) y lo relativo al franquismo y la recuperación de la «memoria histórica».

gunos son usados como comparsas para un ataque hacia un representante destacado de su partido, para un ataque al gobierno, como los de c.

El rol de JE y el programa en general se dibuja con un perfil ideológico (Van Dijk 2000, 2002), o crítico, por lo que se ve claramente el juego de fuerzas. JE incluye en su endogrupo a los que considera víctimas o profesionales sin más, frente al poder establecido o las fuerzas económicas, fundamentalmente. De ahí que su relación con el entrevistado cambie de unos a otros.

A) El entrevistado protagonista: Con el político supuestamente corrupto, la posición siempre es de ataque, aunque formalmente cortés. Así ocurre con el caso del alcalde de Ourense al que han denunciado por sus prácticas de cohecho. JE pregunta por los temas incómodos, una y otra vez, y hace comentarios que indican que no lo está convenciendo, que no acepta su discurso. Pero siempre en tono cortés.

JE: Usted sustituyó a su padre al frente de la presidencia de la Diputación de Ourense.

MB: Bueno/ a mí me eligieron Presidente de la Diputación...

JE: Sí/ pero bueno↓

MB: ...se da la casualidad/ de que el anterior Presidente tiene vínculos familiares conmigo.

JE: Bueno↓/ es su padre/ vamos↓

MB: Correcto

JE: Bueno/ que tampoco es una exclusiva suya/ esta↑/ que esto pasa en muchos sitios↓

MB: Bueno...

JE: En Castellón↓/ por ejemplo↓//. En Castellón↑/ los Fabra se han pasado la presidencia de padres a hijos↓/ eeeeh...

MB: Bueno pasa en los Estados Unidos/ también por elección democrática↓/ [Ha pasado, ha pasado]

JE: [Y en Corea ... en Corea del Norte/ también...]

MB: Bueno eso es otro caso/ es otro caso...

JE: Sí/ sí/ bueno/ los ejemplos de [democracias↑]

MB: .. [aquí se ha] pronunciado la gente democráticamente.

JE: ¿Usted tiene hijos?

MB: Tengo dos hijas/ y voy a tener otra/ este mes de junio de 2013...

JE: Pues vaya inculcándoles/ ya /lo del cariño a la Presidencia de la Diputación↑/ para que no se pierda la saga (EMB¹⁹)

En otro caso, le plantea las preguntas sobre el cohecho. Y de nuevo recurre a destruir su imagen con comentarios irónicos: *Hombre, menos mal...*

J.E.: Tengo entendido/ que cuando se disolvió Urbaourense↑/ el que era su gerente↑/ el señor Cudeiro↓/ acabó trabajando para usted/ aquí/ en la Diputación↓// Lo fichó

¹⁹ EMB: http://www.lasexta.com/videos-online/programas/salvados/noticias/presidente-diputacion-ourense-manuel-baltar_2013042100086.html Transcripción realizada por María Córdoba.

usted como asesor↓// cobrando 3.500 euros al mes// ¿Es normal que un señor que dejaaa/ una empresa/ en la quiebra como Urbaourense↑/ luego se le promocione/ se lo convierta en el asesor del Presidente de la Diputación↑§

MB: §No/ no/ no se le está promocionando↓// En absoluto↓// Cobra menos de lo que cobraba en Urbaourense...

JE: Hombre/ menos mal↓...(RIE)

MB: Hay un pequeño matiz↓// hay un pequeño matiz↓/ que es personal de confianza↓

JE: Ya↓ (EMB)

Utiliza, pues, una descortesía encubierta (atenuada, off record en Brown-Levinson 1987), oculta tras las formas corteses e indirectas (*Tengo entendido...*) pero la falta de colaboración muestra claramente su intención de atacar al adversario. En el ejemplo siguiente se discute sobre si el sr. Freire es un defraudador fiscal. JE se presenta colaborativo aparentemente: *¿Cómo le llamamos?*, pero no acepta su explicación: *Eso es un defraudador fiscal*, con gran contundencia.

JE: Recientemente/ ha aparecido/ una información/ en la queee el alcalde de Barbádás/ el señor Freire/ también Presidente del Inorde↓/ admitía que no pagó el IRPF durante cinco años↓// ¿Y usted no preferiría ↑ no ver a un defraudador fiscal↑/ en una empresa pública que depende de la Diputación?↑

MB: Bueno↑/ yo no le llamaría/ defraudador fiscal↓

JE: ¿Cómo le llamamos?↓

MB: Es una persona que no cumplió sus obligaciones con Hacienda↓/ y que en el proceso de investigación con Hacienda/ pues se llegó a la conclusión/ de queeee/ era sancionable todo lo que hizo↓//

JE: Eso es un defraudador fiscal↓ (EMB)

B) El representante del exogrupo: En otras ocasiones, el entrevistado interesa por su imagen grupal, como miembro del partido en el gobierno al que se le pregunta por decisiones de su grupo o del mismo gobierno. Entonces la relación es más tensa, y parten (y JE lo muestra a las claras) de bandos diferentes. JE no abandona su objetivo, y muestra su clara oposición. Así cuando le pregunta a Ana María Madrazo, portavoz de Hacienda del PP de Cantabria, por la amnistía fiscal, que ella niega. Le muestra un vídeo con declaraciones de su propia secretaria general, para demostrar el cambio de discurso del PP, y reitera las preguntas y aserciones, pero ella se mantiene en la misma postura....

JE: ¿Usted recuerda un rumor que hubo durante el gobierno... de Zapatero en el que se habló de que el Gobierno podía aplicar una «amnistía fiscal»?

Señora X: Síii.../ algo leí en prensa.

JE: Mire cómo reaccionó/ la Secretaria General de su partido↑ ante esa noticia.

Dolores de Cospedal: Lo que es IMpresentable↑/ es que la salida que tenga el gobierno para colocar la deuda/ sea dando una amnistía fiscal↓...

AMM (Ana María Madrazo): No es una amnistía fiscal↓, es una regularización fiscal↓...

JE: Le da hasta la risa a usted/ a usted [cuando dice lo de regularización] (RIENDO)§

AMM: [por qué? No/ no// verás]/ pero ¿por qué?
Dolores de Cospedal: ...*porque francamente si se les está diciendo a los ciudadanos que pagan sus impuestos...*
Señora X: en la regularización que plantea el Partido Popular↑ no es una amnistía desde el momento en que hay que pagar...
Dolores de Cospedal: ...*y a aquellos que defraudan se les va a dar una amnistía...*
JE: ¿Es un 10%?
AMM: Sí↓ es un 10%
Dolores de Cospedal: *Es tan injusto...↑/ es tan antisocial...↑*
AMM: Claro↓/ y es que las palabras las suscribo↓/ porque te vuelvo a REPETIR/
que esto no es una amnistía fiscal↓
JE: Claro↓
Dolores de Cospedal: Nosotros claro que estamos en contra de ese tipo de amnistías fiscales...
JE: ¿Pero esto es coherencia?
AMM: Sí↓/ porque es que te vuelvo a decir /que es que la amnistía fiscal fue la del
partido socialista↓// pero la nuestra no es una amnistía fiscal↓
JE: ¿De verdad cree usted que no ha cambiado de discurso...↑
AMM: No↓
JE: ...el Partido Popular?↑
AMM: No.
JE: No↑
AMM: No↓(EAF)²⁰

Vemos la actitud correcta de JE, formalmente cortés, pero temática e ideológicamente no colaborativa, ya que muestra su desacuerdo no solo con los segmentos de las declaraciones de Cospedal que reproduce, sino con sus comentarios: *Claro* (irónico), *¿Pero esto es coherencia?* con un *pero* reactivo que intensifica, o *¿De verdad cree...?* que muestra claramente su incredulidad.

Es el mismo caso con Núñez Morgades (diputado del PP), al que pregunta por el asalto al congreso, que el diputado considera un delito, frente a los que le presenta JE y que él intenta justificar:

JE: Fíjese usted↑ que el mismo verano↑/ tuvimos una noticia como esta↓// «El Gobierno indulta a un ex alcalde del PP con doce delitos de corrupción urbanística»↓
¿No hay un doble rasero?↑
NM: *Mmmmm..↓. no sé cuáles fueron las razones/ pero desde luegooo ↑en fin↓/ Pasemos a otra nota y usted a otra pregunta...↓*
JE: Eh.../ no/ me quedo con esta/ porque quería comparar una cosa con otra/
¿Entiende que haya gente que piense↑/ pues mira↓/ yo opto por la desobediencia según qué leyes↓/ porque como veo que otros que las incumplen no les pasa nada...↑

²⁰ http://www.lasexta.com/videos-online/programas/salvados/avances/amnistia-fiscal-fue-socialistas-nuestro-regularizacion_2012112700214.html. Transcripción realizada por María Córdoba.

El entrevistador le pone un vídeo con declaraciones de Esperanza Aguirre, presidenta de la comunidad de Madrid, para confrontar su discurso con el oficial del partido y llevar de este modo a la audiencia a la conclusión de la falta de coherencia del mismo:

Esperanza Aguirre: El Partido Popular de Madrid /ha acordado/ llevar a cabo/ una campaña↑ en el próximo trimestre/ de REBELIÓN↑/ contra la subida del IVA.

JE: ¿Esto es desobediencia civil?

NM: *Hombre..↓/ eh.../ sí↓/ sería desobediencia civil↓/ porque entenderíamos que él...↑/ claro/ desobediencia civil↓/ sí/ desobediencia civil↓// Sería ir contra un impuesto↑/ que nos parecía en ese momento/ ATENTATORIO/ contra la propia economía de los ciudadanos↓§*

JE: §Y está de acuerdo /usted /en este tipo de desobediencia civil↑

NM: *Es una forma de expresar el.../ el disgusto/ y el rechazo a ello↓* (ENM²¹).

El entrevistado llega a verse contra las cuerdas, tras haber resistido y justificado las decisiones de los altos cargos de su partido y llega a decir:

NM: *Insisto↓/ y déjeme que le ée una mínima vuelta a ver si se me ocurre un argumento razonable// Si se extendiera la desobediencia civil /impulsada además/ por un líder político↑/ pues se llegaría también↓/ si se extendiera↓// Pero eso era en concreto para/ una concreta medida en la que↑/ lo que se hace como partido político↑/ rechazar el planteamiento que lleva a cabo otro político↓// No sé↓/ me parece que convencerle mucho↑ no le he convencido↑/ pero el esfuerzo me lo reconocerá↓/ ¿o no?↑*

El personaje entrevistado sabe que si colabora, su imagen va a ganar porque es el comportamiento esperado en este intercambio mediático. Si se rebela, decrece. Pero, claro, esto depende del tema de la entrevista. Cuando se pregunta a un personaje como experto, la situación es fácil, porque se juzga su imagen de rol, pero cuando es un implicado en un tema policial o judicial, tiene que defenderse de la supuesta implicación como acusado, o bien adoptar el papel de víctima. En este caso la posición del entrevistador está ya marcada ideológicamente de antemano. JE no quiere ser neutral. Al contrario, juzga, valora, comenta, y dirige ideológicamente hacia una posición crítica.

4.3.3. *El testigo:*

Con aquellos que son «usados» como mediadores para una información de otro tipo la interacción es muy diferente y el grado de empatía varía, porque se establecen redes ideológicas y grupos. Por ejemplo, cuando está hablando con un profesional de la educación, de la sanidad, parece que este funciona como miembro

²¹ ENM: <http://www.youtube.com/watch?v=lJa0wg4OfPQ> Transcripción realizada por María Córdoba.

de su mismo endogrupo en contra del exogrupo, que sería el poder, el gobierno, etc. La relación es de cercanía ideológica y de empatía.

5. JE: ¿Por qué crees que se o-po-nen al impuesto de patrimonio?↓
6. MR: Hombre pues / básicamente porque no les conviene ¿no?↑ / porque no les interesa / no les no les no les gusta pagar impuestos↓
7. JE: ¿Los ricos españoles son de defraudar?↑
8. MR: Del fraude fiscal↑ / del total del fraude fiscal↑ / prácticamente el / 70 por ciento / se debe a → / o lo comenten → / eeh grandes empresas / corporaciones / y grandes fortunas
9. JE: ¿Y cómo lo hacen?↓
10. MR: Bueno↑ / pues por ejemplo / a través de paraísos fiscales (...)21. JE: ¿Y por qué no se aumenta↑ / el número de inspectores fiscales?↓
22. MR: Porque ellos no quieren que se aumente↑
23. JE: [No entiendo]
24. MR: [(0)] Sí sí]↑
25. JE: Esto parece como los controladores aéreos↑ / que no querían ellos que hubiese más controladores [aéreos]↑
26. MR: [pueees]→ / [(0)]
27. JE: [O al menos eso decía la administración]↑
28. MR: [No no no] / [es que]→
29. JE: ¿[Pasa] lo mismo con los inspectores fiscales?↑ §
30. MR: § Puees→ / muy parecido / los inspectores intentan impedir → / de alguna forma / que los técnicos asuman mayores responsabilidades↓ (..)
40. JE: Nada↑ // muchas gracias↑ / Manuel↑ / ahora / tengo muchaas → / más ganas de pagar mis impuestos.(EMR)

¿Es cortés o descortés Jordi Évole? Hemos visto que es formalmente cortés y además protege su propia imagen. Pero junto a esta cortesía formal, existe una descortesía atenuada, encubierta, que reside en la inferencia, y en la falta de colaboración con aquellos a los que se enfrenta (por ejemplo, el alcalde de Ourense). En el caso del entrevistado testigo, la descortesía radica en la referencia y va dirigida a terceros, al exogrupo, generalmente el poder, al que se critica. Así cuando pregunta a Garzón si se tortura en España, o cuando en el último ejemplo dice: *Gracias, ahora tengo muchas más ganas de pagar mis impuestos.*

5. CONCLUSIONES

JE ha practicado en *Salvados* un tipo de entrevista más cercano a la conversación. Consigue con ello rebajar la tensión y la distancia entre entrevistador y entrevistado y trasladar el producto al entorno de la cotidianeidad. Esta familiaridad se ve en el lenguaje empleado, en las técnicas de obtención de la información, en los mecanismos interactivos, en el progreso de la información, en la expresión de empatía y emoción, que se gestiona como un instrumento argumentativo más para conseguir su fin. JE usa la cortesía formal a lo largo de toda la entrevista, pero crea una relación ideológica, fruto

de su fin crítico. Su fin argumentativo es convencer al público de ciertos presupuestos y llevarlo a determinadas conclusiones. A veces incluye al entrevistado en su endogrupo, frente al gobierno, al que se cuestiona como aludido (descortesía a terceros), y en otros se establece una oposición clara con el entrevistado. La descortesía, pues, se usa estratégicamente aunque siempre atenuada o indirecta (off-record). En estos casos siempre consigue mantener la separación funcional de su rol y aunque en el enfrentamiento verbal se mantiene la cortesía formal, sigue preguntando y expresándose de forma tajante. Se alinea con el espectador, lo acerca al mensaje de personajes y temas públicos de gran interés y complejidad, y todo ello por el trato cercano y directo.

Usa la cortesía formal y la descortesía implícita, alojada en las inferencias, cuando el personaje pertenece a un grupo socialmente considerado como peligroso para el ciudadano, sobre todo cuando está relacionado con la corrupción política y económica. Este no tiene más salida que colaborar, ya que el enfrentamiento desarnado destruiría aún más su imagen social.

JE, pues, consigue crear su identidad profesional como un entrevistador sagaz, crítico y a la vez amable. Busca realizar un programa distinto, convencer al receptor de ciertas posiciones ideológicas, sin llegar nunca al enfrentamiento claro, sino siempre desde el equilibrio interactivo y el respeto, al menos formal, a la imagen del otro. Estratégicamente, sin embargo, recurre a aserciones directas y tajantes que provocan inferencias en el receptor, que afectan de forma indirecta a su imagen social. El ataque es indirecto, pero no por ello menos rentable.

RECEBIDO: mayo de 2013. ACEPTADO: julio de 2013

BIBLIOGRAFÍA

- ALCAIDE LARA, Esperanza (2007): «Estrategias descorteses en los debates televisivos españoles», en L. CORTÉS *et al.*, *Discurso y oralidad. Homenaje al profesor J. J. de Bustos Tovar*, vol. II. Madrid: Arco Libros, 635-650.
- ARFUCH, Leonor (1995): *La entrevista, una invención dialógica*, Barcelona, Paidós.
- ARUNDALE, Robert B. (2006): «Face as relational and interactional: A communication framework for research on face, facework, and politeness», *Journal of Politeness Research* 2 (2): 193-216.
- BLUM-KULKA, Shoshana *et al.* (2002): «Traditions of dispute: from negotiations of talmudic texts to the arena of political discourse in the media», *Journal of Pragmatics* 34 (10-11): 1569-1594.
- BOUSFIELD, Derek (2008): *Impoliteness in Interaction*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- BRAVO, Diana (2004): «Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías de la cortesía», en D. BRAVO y A. BRIZ (eds.): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel, 15-37.
- (ed.) (2005): *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, Buenos Aires: Editorial Dunken.

- y Antonio BRIZ, (eds.) (2004): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel.
- BRENES PEÑA, Ester (2009) «Grados de descortesía en la expresión de juicios y valoraciones negativas. Un caso concreto: Risto», *Interlingüística* 18: 178-189.
- (2011): *Tertulia televisiva y descortesía verbal. Análisis pragmalingüístico*, Bern: Peter Lang.
- (2013a): «‘Interviews as confrontation’, el nuevo entrevistador televisivo», en C. FUENTES RODRÍGUEZ (coord.) *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid, Arco Libros, 25-52.
- (2013b): «La descortesía mediático-lúdica en los programas de entretenimiento. El rol del jurado agresivo», en C. FUENTES RODRÍGUEZ (coord.) *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: Arco Libros, 145-165.
- y Catalina FUENTES RODRÍGUEZ (2011): «Descortesía verbal y televisión: hacia una nueva superestructura», en S. ALCoba y D. POCH (coords.), *Cortesía y publicidad*, Barcelona: Ariel Letras, 61-76.
- y Marina GONZÁLEZ (2013): «El tertuliano agresivo», en C. FUENTES RODRÍGUEZ (coord.) *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: Arco Libros, 121-144.
- BRIZ, Antonio (1998): *El español coloquial en la conversación*, Barcelona: Ariel
- (2013): «Variación pragmática y coloquialización estratégica. El caso de algunos géneros televisivos españoles (La tertulia)», en C. FUENTES (coord.), *(Des)cortesía para el espectáculo: estudios de pragmática variacionista*, Madrid: Arco/Libros, 89-125.
- BROWN, Penelope y Steven C. LEVINSON (1978 [1987]): *Politeness. Some Universals in Language Usage*, CUP, Cambridge [publicado originalmente como *Universals in language usage: politeness phenomena*, en E. Goody (ed.), *Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction*, CUP, New York, 1978].
- BUCHOLTZ, Mary y Kira HALL (2005): «Identity and interaction: a socio-cultural- linguistic approach», *Discourse Studies* 7,(4-5): 585-614.
- CAFFI, Claudia (1999): «On mitigation», *Journal of Pragmatics*, 31: 881-909.
- CAFFI, Claudia y Richard W. JANNEY (1994): «Toward a pragmatics of emotive communication», *Journal of Pragmatics* 22: 325-373.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1992): *Géneros informativos audiovisuales*, Madrid: Ciencia 3.
- CLAYMAN, Steven y John HERITAGE (2002): *The News Interview: Journalists and Public Figures on the Air*, Cambridge: Cambridge University Press.
- CORTÉS RODRÍGUEZ, Luis y Antonio M. BAÑÓN HERNÁNDEZ (1997): *Comentario lingüístico de textos orales II. El debate y la entrevista*, Madrid: Arco Libros.
- CULPEPER, Jonathan (1996): «Towards an anatomy of impoliteness», *Journal of Pragmatics*, 25: 349-367.
- (2005): «Impoliteness and entertainment in the television quiz show: The Weakest Link», *Journal of Politeness Research* 1 (1): 35-72.
- et al. (2003): «Impoliteness revisited: with special reference to dynamic and prosodic aspects», *Journal of Pragmatics* 35 (10-11): 1545-1579.
- ENGLEBRETSON, Robert (eds.) (2007): *Stancetaking in discourse*, Amsterdam/Philadelphia: J.Benjamins.
- FERNÁNDEZ GARCÍA, Francisco (2000): *Estrategias del diálogo. La interacción comunicativa en el discurso político-electoral*, Método ediciones: Granada

- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (2006): «¿Cortesía o descortesía? La imagen del entrevistado vs. La imagen del entrevistador», *Cultura, lenguaje y representación. Revista de estudios culturales de la Universitat Jaume I*, Vol. III: 73-88.
- (2010a): *La gramática de la cortesía en español/LE*, Madrid: Arco Libros.
- (2010b): «Ideología e imagen: la occultación en la prensa de la violencia social o lo políticamente correcto», *Discurso y Sociedad*, 4, (4): 853-892.
- (2012): «Subjetividad, argumentación y (des)cortesía», *CLAC*, 49: 49-92.
- (2013): «Identidad e imagen social», en *Imagen social y medios de comunicación* de C. FUENTES RODRÍGUEZ (coord.). Madrid, Arco Libros, S.L., 13-21.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina y Esperanza ALCAIDE LARA (2002): *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*, Madrid: Arco Libros.
- (2007): *La argumentación lingüística y sus medios de expresión*, Madrid: Arco Libros.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina, Esperanza ALCAIDE LARA y Ester BRENES PEÑA (eds.) (2011): *Approximaciones a la (des)cortesía verbal en español*, Berna: Peter Lang.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina y Ester BRENES PEÑA (2013): «Impoliteness in the new media formats in Spain», en preparación.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina y María Elena PLACENCIA (2013): «Polémica y/o descortesía en programas televisivos de crónica social en Ecuador y España: El caso de *Vamos con todo y Sálvame Diario*», en C. FUENTES (coord.): *Descortesía para el espectáculo: estudio de pragmática variacionista*, Madrid, Arco Libros, 127-165.
- GALLARDO PAÚLS, Beatriz (1993): *Lingüística perceptiva y conversación: secuencias*, Valencia: Universitat, Departament de Teoria dels Llenguatges.
- GARCÉS, Pilar (2009): «Impolitenes and identity in the American news media: The 'Culture Wars'», *Journal of Politeness Research* 5: 273-303.
- (2010): «A genre approach to the study of impoliteness», *International Review of Pragmatics* 2, (1): 46-94.
- GARCÍA GÓMEZ, Antonio (2000): «Discourse, politeness and gender roles: an exploratory investigation into British and Spanish talkshow verbal conflicts», *Estudios Ingleses de la Universidad Complutense* 8: 97-125.
- GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, María José (2011): «La expresión lingüística de la actitud en el género de opinión: el modelo de la valoración», *RLA, Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, 49 (1): 109-141.
- GONZÁLEZ SANZ, Marina (2013): «La intervención del espectador en televisión», en C. FUENTES (coord.), *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid, Arco Libros, 169-184.
- GONZÁLEZ SANZ, Marina y Ester BRENES PEÑA (2013): «El nuevo moderador (contraste entre medios)», en C. FUENTES (coord.), *Imagen social y medios de comunicación*, 95-120.
- GREATBATCH, David (1992): «On the management of disagreement between news interviewees», en P. DREW y J. HERITAGE (eds.), *Talk at work: Interaction in Institutional Settings*, Cambridge: Cambridge University Press, 95-117.
- HAVERKATE, Henk (1998): «La entrevista periodística. Análisis discursivo e interaccional», *Oralia* 1: 27-45.
- HERNÁNDEZ FLORES, Nieves (2006): «Actividades de autoimagen, cortesía y descortesía: tipos de actividades de imagen en un debate televisivo», en J.L. BLAS ARROYO, M. CASANOVA ÁVALOS

- y M. VELANDO CASANOVA (eds.) *Discurso y sociedad: contribuciones al estudio de la lengua en contexto social*, Castelló de la Plana, Publicaciones de la Universitat Jaume I, 1583- 1591.
- HERNÁNDEZ FLORES, Nieves (2008): «Politeness and other types of facework: communicated and social meaning in a television panel discussion» (Cortesía y otros tipos de actividades de imagen: significado comunicativo y social en un debate televisivo), *Pragmatics* 18 (4): 681-706.
- HUNSTON, Susan & Geoff THOMPSON (eds.) (2000): *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse*, Oxford: Oxford University Press.
- JOSEPH, John (2004): *Language and Identity: National, Ethnic, Religious*, New York: Palgrave Macmillan.
- KAUL DE MARLANGEON, Silvia (2008): «Tipología del comportamiento verbal descortés en español», en A. BRIZ *et al.* (eds.), *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral*. Valencia, Estocolmo: Universidad de Valencia, Programa EDICE, 254-266.
- KAPLAN, Nora (2004): «Nuevos desarrollos en el estudio de la evaluación en el lenguaje: la teoría de la valoración», *Boletín de Lingüística*, 22: 52-78.
- KARKKAINEN, Elise (2003): *Epistemic Stance in English Conversation*, Amsterdam/Philadelphia: J. Benjamins P.C.
- LEMKE, Jay L. (1992): «Interpersonal meaning in discourse: Value orientations», en M. DAVIES- L. RAVELLI (eds.): *Selected papers in Systemic Linguistics*, London: Pinter, 82-104.
- LEMKE, Jay L. (1998): «Resources for attitudinal meaning: Evaluative orientations in text semantics», *Functions of Language* 5 (1): 33-56.
- LOCHER, Miriam A., WATTS, Richard (2005): «Politeness theory and relational work», *Journal of Politeness Research* 1 (1): 9-33.
- LÓPEZ MARTÍN, José Manuel (2013): «El insulto como estrategia de descortesía extrema en un nuevo formato audiovisual: la radio televisada», en C. FUENTES (coord.), *(Des)cortesía para el espectáculo: estudios de pragmática variacionista*, Madrid: Arco/Libros, 211-231.
- LORENZO-DUS, Nuria (2007): «(Im)politeness and the Spanish Media: The Case of Audience Participation Debates», in M.E. PLACENCIA- C. GARCÍA (eds.), (2007): *Research on Politeness in the Spanish-speaking World*, Mahwah, N.J., Lawrence Erlbaum. 145-166.
- (2009): *Television discourse. Analysing language in the media*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- LUNGINBÜHL, Martin (2007): «Conversational violence in political TV debates: Forms and functions», *Journal of Pragmatics* 39 (8): 1371- 1387.
- MARTIN, Jim R. (1995): «Interpersonal meaning, persuasion, and public discourse: Packing semiotic punch», *Australian Journal of Linguistics* 15: 3-67.
- (2000): «Beyond exchange: Appraisal systems in English», en S. HUNSTON-G. THOMPSON (eds), 142-175.
- (2003): «Introduction. Negotiating heteroglossia: Social perspectives on evaluation». *Text* 23 (2): 1-11.
- (2004): «Mourning: How we get aligned», *Discourse and Society* 15 (2-3): 321-344.
- MARTIN, Jim R. y Peter WHITE (2005): *The language of evaluation: Appraisal in English*, Hampshire y New York: Palgrave Macmillan.
- MARTÍNEZ VALLVEY, Fernando (1995): *La entrevista periodística desde el punto de vista conversacional*, Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- NIEMEIER, Susanne y René DIRVEN (eds.) (1997): *The Language of Emotions. Conceptualization. expression, and theoretical foundation*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins P.C.

- PLACENCIA, María Elena y Catalina FUENTES RODRÍGUEZ (2013): «In between spectacle and political correctness: *Vamos con todo* ¿An ambivalent news/talk?», *Pragmatics*, 23, (1): 119-147.
- PLACENCIA, María Elena y Carmen GARCÍA (eds.) (2007): *Research on Politeness in the Spanish-speaking World*, Mahwah: N.J., Lawrence Erlbaum.
- SIMON, Bernd (2004): *Identity in Modern Society. A Social Psychological Perspective*, Oxford: Blackwell.
- SPENCER-OATEY, Helen (2007): «Theories of identity and the analysis of face», *Journal of Pragmatics* 39 (4): 639-656.
- STEIN, Dieter y Susan WRIGHT (eds.) (1995): *Subjectivity and subjectivisation*, Cambridge: Cambridge U.P.
- VAN DIJK, Teun A. (2000): *Ideology and discourse*. (ed. española en Ariel, 2003) <http://www.discourses.org/UnpublishedArticles/Ideology%20and%20discourse.pdf>
- (2002): «Political Discourse and Political Cognition», in P. CHILTON - C. SCHAFFNER, *Politics as Text and Talk. Analytic Approaches to Political Discourse*, Amsterdam/ Philadelphia, Benjamins, 203-239.
- WATTS, Richard (2003): *Politeness*, Cambridge, Cambridge University Press.
- WHITE, Peter R. (2000): «Dialogue and inter-subjectivity: Reinterpreting the semantics of modality and hedging», en M. COULTHARD *et al.* (eds.): *Dialogue analysis vii: Working with dialogue. Selected papers from the 7th international association of dialogue analysis conference*. Birmingham/ Tübingen: Neimeyer, 67-80.
- (2002): «Appraisal: The language of evaluation and stance», en J. VERSCHUEREN *et al.* (eds.): *The handbook of pragmatics*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins, 1-23.
- (2003): «Beyond modality and hedging: A dialogic view of the language of intersubjective stance», *Text* 23 (2): 259-284.
- (2004): «The language of attitude, arguability and interpersonal positioning». [En línea]. Disponible en <http://www.grammatics.com/appraisal/index.html>. Consulta: 25/04/2012].
- YUS, Francisco (2001): *Ciberpragmática*, Barcelona, Ariel.
- (2011): *Ciberpragmática 2.0.*, Barcelona, Ariel.

ACTIVIDADES DE IMAGEN EN LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA DE MEDIDAS POLÍTICAS CONTRA LA CRISIS: EL COPAGO SANITARIO

Nieves Hernández Flores
Universidad de Copenhague

M.ª Elena Gómez Sánchez
Universidad Europea de Madrid

RESUMEN

Este trabajo estudia la realización de *actividades de imagen* por parte de los políticos cuando deben informar a la ciudadanía de medidas políticas *impopulares*; en concreto, el anuncio del copago sanitario por parte de la ministra española de Sanidad en rueda de prensa. Para ello se analizan dos recursos discursivos: el uso de la deixis personal pronominal y el empleo de sustitutos eufemísticos. Mediante la deixis el político crea lazos de afiliación con los ciudadanos al tiempo que cuida su propia imagen, aspecto este último en el que incide el uso de sustitutos eufemísticos al evitar la mención expresa (y clara) de los asuntos que pudieran resultar más polémicos. De esta manera, el uso de la deixis muestra comportamientos de cortesía y de autoimagen, mientras que en el caso del eufemismo su uso está orientado a desarrollar comportamientos de autoimagen.

PALABRAS CLAVE: discurso político, rueda de prensa, deixis, eufemismo, actividades de imagen.

ABSTRACT

This paper focuses on the achievement of facework by politicians when informing citizens about controversial political decisions; specifically, the announcement of prescription charges by the Spanish Health Minister at a press conference. To this purpose, two discourse resources are analyzed: the use of personal pronominal deixis and the use of euphemistic substitutes. By turning to deixis, politicians create affiliative relationships with citizens while protecting their own face. The usage of euphemistic substitutes focuses on the latter aspect, by avoiding a clear reference to those aspects that could become more controversial. Therefore, the use of deixis displays both politeness and self-face behaviours, while euphemism is oriented to the achievement of self-face behaviour.

KEY WORDS: political discourse, press conference, deixis, euphemism, facework.

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente trabajo es estudiar la realización de *actividades de imagen* por parte de políticos en un marco poco tratado de los medios de comunicación como es el de las ruedas de prensa. Más concretamente, nos interesan las que realizan

miembros del Gobierno para informar a la ciudadanía de medidas políticas *impopulares*. En el caso que nos ocupa, se trata de una rueda de prensa donde la ministra española de Sanidad, Ana Mato, se dirige a los medios para comunicar la aprobación de una reforma sanitaria que requiere el copago de gastos farmacéuticos por parte de los ciudadanos. En esta situación es, por tanto, esperable que la hablante utilice una serie de estrategias discursivas que le permita transmitir la decisión gubernamental de la manera más conveniente para que sea recibida de la mejor forma posible. Por ello la hablante tratará de elaborar una argumentación clara y sólida para lograr su propósito de convencer a sus destinatarios de la necesidad de la medida, pero, además, esperamos que a fin de mantener las expectativas sociales requeridas en todo tipo de comunicación (y también para apoyar su argumentación) aparecerán *actividades de imagen*, entendiendo por estas los comportamientos comunicativos que, de una manera u otra, unen a su logro comunicativo un efecto social sobre la imagen de los interactuantes y sobre la relación social en su conjunto, como se verá más adelante.

Pues bien, teniendo en cuenta que, por un lado, es deseable por parte de cualquier gobierno tener el respaldo y apoyo de la población a sus medidas políticas y que, por otro, estas medidas pueden ser altamente amenazantes para la imagen de los interactuantes (del Gobierno, como responsable de una medida que va a afectar negativamente a muchos ciudadanos, y de los ciudadanos que son afectados por las decisiones políticas), es la hipótesis de este trabajo que la ministra llevará a cabo una serie de actividades de imagen con el objetivo de acercarse a los ciudadanos, sortear los aspectos más polémicos y, además, resaltar tanto su valía propia como la del grupo al que pertenece y representa (el Gobierno). Son actividades de imagen que constituyen casos de cortesía y autoimagen y que se realizan mediante diferentes estrategias comunicativas, de entre las cuales nos vamos a detener en el uso de dos tipos de recursos ampliamente estudiados en el análisis del discurso político, si bien no tanto en relación con el tema de la imagen social: la deixis personal pronominal y el eufemismo, este especialmente en el plano semántico. Teniendo en cuenta que el trabajo se centrará en la construcción discursiva y los efectos de imagen conseguidos por el uso de estos dos tipos de recursos, hemos optado por un análisis de tipo cualitativo, y para ello el tema se tratará desde disciplinas como la pragmática sociocultural para lo relacionado con el tema de la imagen social (Bravo 2005), la pragmática cognitiva en el tratamiento del tema de la deixis (Zupnik 1994) y la pragmática discursiva para lo referente al eufemismo (Casas 2012).

A fin de tratar de probar esta hipótesis, se analizará el discurso de la ministra durante la rueda de prensa celebrada en el Palacio de la Moncloa (sede del gobierno español) tras el consejo de ministros del 19 de abril de 2012¹. Dicha intervención tuvo una duración de 23:53 minutos y su transcripción consta de 3.736 palabras,

¹ <http://www.lamoncloa.gob.es/ConsejodeMinistros/Resumenes/2012/200412-consejo.htm> En esta web, consultada el 1 de abril de 2013, hemos tenido acceso al vídeo de la rueda de prensa y a su transcripción.

a las que hay que sumar las 1.108 palabras de sus respuestas a las preguntas de los periodistas.

Para Yanes (2006), una rueda de prensa se caracteriza por ser «el enunciado verbal que produce un comunicador político con asuntos de interés para los componentes de una sociedad organizada institucionalmente, pero su contenido no es fundamentalmente informativo, sino que persigue una reacción de trascendencia social en el destinatario a través de un mensaje persuasivo». Pese a tratarse de una práctica constante dentro de las actividades que configuran el discurso político, las ruedas de prensa políticas como subgénero del género *ruedas de prensa* (Bathia 1993) han sido textos relativamente poco estudiados (Bathia 2006: 173). Unas páginas más adelante (2006: 176)², esta misma autora señala la estrecha vinculación de este tipo de discurso con el discurso mediático:

Political press conferences are part of political discourse, which also includes speeches, interviews, reports, analysis and debates by political figures. They can also be recognized as a part of media discourse, since in contemporary times press conferences are held more for the benefit of the general populace and members of the media who construe and attach motive to what political figures say, in part creating the reality we are familiar with.

La cita anterior presenta varios aspectos interesantes. Por un lado, la mención al «público en general e integrantes de los medios» nos recuerda que, aunque en el momento de realización de la rueda de prensa el alocutor «ciudadanía» no esté presente, esto no significa que el político olvide que es precisamente a los ciudadanos a quienes se dirige y que, por tanto, debe aparecer ante ellos con la imagen pública que considere más oportuna (cfr. Gómez Sánchez 2008). Además, como indica Albaladejo (1999: 391), «políticos, ciudadanos cuya actividad propia no es la política y periodistas [...] coinciden en la finalidad de influir en los lectores a propósito de decisiones o de actitudes futuras que vayan a adoptar éstos en relación con asuntos de índole política».

Como Chilton y Shäffner (2000: 310-311) señalan al referirse al discurso político,

[...] por un lado, está el conjunto de relaciones entre el emisor, el destinatario y los terceros que escuchan u observan; y, por el otro, está el conjunto de actores políticos pertenecientes al universo político del hablante y las relaciones existentes entre ellos, a los que este hace referencia o presupone, aunque no se dirija necesariamente a

² «Las ruedas de prensa políticas son parte del discurso político, que también incluye discursos, entrevistas, reportajes, análisis y debates entre personalidades políticas. También pueden considerarse como parte del discurso mediático, dado que en los tiempos actuales las ruedas de prensa se realizan más para el beneficio del público en general e integrantes de los medios que construyen y añaden razones a lo que las personalidades políticas dicen, creando en parte la realidad con la que estamos familiarizados». Salvo que se indique lo contrario, debe entenderse que la traducción de las citas que no aparecen en español es obra de las autoras de este trabajo.

ellos. Estas relaciones se encuentran nítidamente mediadas por pronomombres, que dibujan un «espacio» político o social en donde las personas y los grupos ocupan una «posición».

Por su parte, y al referirse precisamente a los «actores» de la comunicación, Yanes (2006) señala que en una comparecencia de este tipo

[...] se debe eludir la personalización del discurso, por lo que es recomendable evitar la primera persona del singular. Se habla en nombre de una institución o grupo político, y, aunque se trate del máximo responsable, se debe transmitir la comunicación en nombre del colectivo al que representa con determinadas excepciones puntualmente estudiadas.

Ahora bien, desde nuestro punto de vista, a pesar de la ausencia «física» del alocutor/interlocutor «ciudadano» (o del alocutor/interlocutor «otro representante político», por señalar otro ejemplo posible) las actividades de imagen dirigidas a esos destinatarios «no visibles» están igualmente presentes en el discurso del político (cfr. Gómez Sánchez 2008). A este respecto, cabe mencionar a Crespo Fernández (2013: 316), para quien

[p]olitical discourse can be thus considered as a form of political action which does ideological work, exerts social control, and legitimates power in the socio-political context. Therefore, language is capable of having an impact on how social and political phenomena are perceived and on people's reactions to these phenomena³.

En lo que sigue, se analizará, en el apartado 2, la presencia de elementos deícticos en el discurso y, en el apartado 3, de eufemismos, ambos en relación con las actividades de imagen. El empleo de ambos se discutirá en la conclusión (apartado 4).

2. DEIXIS, ARGUMENTACIÓN POLÍTICA Y ACTIVIDADES DE IMAGEN

El uso de la deixis personal ha sido anteriormente estudiado en el discurso político español con un enfoque destacado en las formas de primera persona, representadas por «yo» y «nosotros» (Blas Arroyo 2000, 2011; Gelabert 2006; Hernández Flores 2013a). El pronombre en singular que identifica Blas Arroyo (2000, 2011) en el debate político cubre dos categorías: un «yo presidencial», usado para introducir ideas políticas, y un «yo neutro ideológicamente», de tipo dialéctico. Con respecto a la forma en plural, esta tiene una flexibilidad que, señala Gelabert (2006), permite

³ «El discurso político puede entonces ser considerado como una forma de acción política que lleva a cabo un trabajo ideológico, ejerce control social y legitima el poder en el contexto socio-político. Por tanto, el lenguaje es capaz de impactar sobre cómo se perciben los fenómenos sociales y políticos y sobre la reacción de la gente a estos fenómenos».

la inclusión y exclusión del hablante, de forma que puede incluir al hablante junto a los miembros de su grupo (partido o Gobierno), junto a otros políticos, a sus compatriotas o, incluso, a toda la humanidad («todos nosotros»).

Sin embargo, dada la diversidad de contextos a los que puede referirse un deíctico, no es tanto la preferencia del hablante por el uso de una determinada partícula lo que nos interesa, sino la flexibilidad que caracteriza a estas partículas a la hora de señalar diferentes contextos no solo físicos, sino también de naturaleza social y cognitiva, así como la facilidad con que a través de ellos se desplaza el hablante (cf. Hernández Flores 2013a).

Para analizar estos contextos recurrimos al concepto de «espacio discursivo» (Zupnik 1994), el cual se refiere a parcelas de «realidad» que son recogidas en las secuencias discursivas, estando configurada esta realidad por expectativas basadas en experiencias. El espacio cognitivo se crea mediante «coordenadas espacio-temporales» (el lugar y el tiempo en que sucede el discurso), las «acciones» o «eventos» que suceden en esas coordenadas y los «roles» que asumen los hablantes durante el proceso discursivo. Este espacio discursivo puede referirse simplemente al evento comunicativo en que se encuentran los hablantes (en este caso, la rueda de prensa, con sus determinadas coordenadas espacio-temporales, las «acciones» que allí suceden y los «roles» que desempeñan los asistentes). Pero además de este espacio físico, hay otro de carácter abstracto que se refiere al ideario político del hablante, un espacio ideológico construido en torno a las citadas coordenadas, y al cual se refieren elementos lingüísticos tales como las partículas deícticas (Zupnik 1994: 342). Pues bien, mediante el manejo de los espacios discursivos, el hablante puede aproximarse al objetivo propio del género político, la persuasión, lo cual, de acuerdo con Zupnick (1994), se puede lograr de dos maneras. Por una parte, mediante el desplazamiento del discurso por los diferentes espacios cognitivos. Por otra, mediante la inclusión del destinatario en la perspectiva del hablante, lo cual se realiza por medio del manejo de «roles» (asumir los hablantes determinados «roles», cambiar sus características o elegir qué personas constituyen grupo con el hablante); de la elusión de responsabilidades ante acciones que pudieran dañar la imagen propia; o de la creación de lazos de solidaridad con los destinatarios. De esta manera, estas estrategias de naturaleza discursiva y cognitiva con finalidad argumentativa conectan con otras de naturaleza social, las cuales, desde nuestra perspectiva de estudio, constituyen las actividades de imagen.

«Actividad de imagen» es el término acuñado en estudios de (des)cortesía en español para referirse al «efecto social» (Bravo 2002, 2005) que un comportamiento comunicativo produce en la imagen de los participantes en una interacción. Un efecto positivo sobre la imagen lo consigue la cortesía, comportamiento que se caracteriza por buscar el beneficio del interlocutor al tiempo que consigue un beneficio propio sobre la imagen, pero también la actividad de autoimagen, la cual tiene un enfoque de carácter positivo sobre la imagen propia, la del hablante, mientras que la descortesía constituiría una actividad de imagen con un efecto negativo sobre la imagen del destinatario, y a veces también sobre la propia imagen (cf. Hernández Flores 2013b).

Estos tipos de actividades de imagen se identifican mediante la observación del efecto social causado, de forma que es el desarrollo de la interacción comuni-

cativa la que determina cuál ha sido el efecto social. En el caso que nos ocupa, nos encontramos ante un género discursivo monológico en su mayor parte, pues incluso en la posterior sección de preguntas, si bien podemos obtener algún indicio de cómo puede ser recibida la intervención del político por parte de los periodistas, no necesariamente obtenemos información del efecto social sobre la imagen de estos o de los ciudadanos en general. De ahí que en un caso como este podamos hablar de «estrategias» de imagen realizadas y de sus posibles efectos sociales, pero no tenemos certeza completa de cuáles han sido estos.

Los diferentes tipos de actividades de imagen alternan su presencia a lo largo del discurso, de forma que no es raro que, por ejemplo, a una actividad de cortesía le siga una de autoimagen (cf. Hernández Flores 2013b). En cuanto a su realización se hace por medio de estrategias comunicativas más o menos convencionalizadas, las cuales, en el caso de la cortesía y la autoimagen, se cubren en dos grandes grupos: en situación de riesgo o amenaza para la imagen, donde se trata de proteger o reparar esta, o en una situación sin riesgo donde se realza la imagen (cf. Hernández Flores 2004). Pues bien, volviendo al uso de la deixis y a la creación de espacios discursivos vemos que la facultad atribuida por Zupnick de eludir responsabilidades supone un enfoque protector en la imagen propia para evitar indeseables efectos negativos en la misma, es decir, sería una actividad de autoimagen, como también se ha mostrado que puede conseguir el uso del eufemismo (cf. Gómez Sánchez 2006: 632). La otra estrategia mencionada por Zupnick, consistente en crear lazos de solidaridad con el otro, parece uno de los casos de cortesía por realce de la imagen.

Veamos a continuación en el análisis cómo intervienen los deícticos en la construcción del discurso de la ministra Mato y la relación de este uso discursivo de finalidades persuasivas con su significado social mediante la realización de actividades de imagen. Para ello vamos a empezar hablando de las características de la deixis personal utilizada, identificaremos los espacios discursivos de tipo ideológico que contiene el discurso, analizaremos algunos casos significativos del uso de deixis en relación con esos espacios discursivos y, finalmente, los relacionaremos con las actividades de imagen realizadas.

Antes de entrar en nuestro objetivo de investigación —el análisis cualitativo del uso de la deixis— y a fin de disponer de un panorama sobre las preferencias deícticas de la ministra, hemos realizado un recuento general de los pronombres personales utilizados⁴. En este recuento se muestra que, coincidiendo con lo que señalan los estudios de ruedas de prensa, hay una preferencia por la forma de primera persona del plural frente a la del singular (la cual, dado el carácter dialógico, es algo más alta en la sesión de preguntas) y hay escasa presencia de las formas de segunda persona (lo esperable también en el discurso monológico). Así, la intervención de la ministra contiene un total de 185 usos de pronombres personales, de los cuales un 67% corresponde a la primera persona del plural, el 17,2% al singular, el 8,10% al impersonal *se*, y el 7%

⁴ Se han considerado los morfemas de persona y número de los verbos, los pronombres personales en sus diferentes formas sintácticas y los determinantes y pronombres posesivos.

a la segunda persona del plural. En cuanto a las respuestas de la rueda de prensa, hay 60 casos de deixis personal, de los cuales el 48,34% son pronombres de primera persona del plural, el 35% del singular, el 8,3% de segunda persona del singular en su uso formal («usted»), y el 3,3% de formas impersonales. La forma «yo» aparece casi exclusivamente con verbos de lengua («digo», «me refiero»), tratándose del caso que Blas Arroyo (2000, 2011) denominó «yo neutro»; el uso de la segunda persona en su forma «usted»/«ustedes» está dirigida a los periodistas y es de tipo dialógico, acompañando verbos de lengua o conocimiento («les diré»; «seguro que ustedes saben»); en cuanto al impersonal, «se», aparece principalmente como sustituto de «nosotros» en la explicación de medidas («se han adoptado las siguientes medidas»), en lo que constituye una estrategia eufemística de dejar «fuera de foco» a sus responsables. Pero el caso más interesante es el de la primera persona del plural, no solo por su uso mayoritario, sino por la variedad de espacios cognitivos a los que alude y, de esta forma, contribuye a la construcción de la argumentación y a conseguir la finalidad persuasiva.

El espacio discursivo que comprende la ideología política, como dijimos, tiene carácter abstracto, pero es observable a través de la construcción discursiva que realizan los hablantes. En nuestro texto, las «coordenadas temporales», aunque cubren los tres tiempos giran en torno al presente, por ser este el tiempo en que se está haciendo la reforma («abordamos una cartera suplementaria de servicios»). Por ello, el pasado es próximo y se refiere al momento reciente de la toma de decisión de medidas («hemos incluido un nuevo sistema»), al igual que el futuro: los planes inmediatos de la reforma («vamos a adoptar las medidas») y los efectos esperados de la misma («en estas tres medidas se supondrá un ahorro»).

Las coordenadas espaciales se refieren a un espacio principal: España, lugar donde existe el servicio sanitario objeto de la reforma («garantizar la viabilidad de nuestro magnífico sistema sanitario»), pero al tiempo que surgen otros espacios, no como paralelos o alternativos, sino como espacios que refuerzan el principal: por una parte, el de las comunidades autónomas, un espacio heterogéneo que con la reforma pasará a ser homogeneizado («asistencia sanitaria (...) en todos los territorios del Estado español con independencia de su lugar de procedencia»); y, por otra, el constituido por otros países comunitarios y extracomunitarios («personas que no viven en nuestro país»), que pasan a una categoría de exclusión (por limitación o negación de acceso a la sanidad española). El «rol» principal que asume la ministra durante su rueda de prensa es el de representante del Gobierno, lo cual es observable en el casi exclusivo uso de «nosotros» a la hora de explicar tanto las medidas tomadas («vamos a adoptar las medidas») como la actitud ante ellas («sabemos que es una reforma difícil»). Por el contrario, un posible «rol» individual de responsable de Sanidad apenas aparece, pero sí otro, de carácter institucional: el de ciudadana española (nosotros, los españoles). En cuanto a acciones o eventos, estos se pueden condensar en dos principales: la acción de la toma de medidas («hay que tomar medidas difíciles») y las acciones previstas para esa reforma, básicamente: administrar, recortar, exigir, reclamar, limitar, prohibir y ahorrar («las personas mayores pagarán un 10 por ciento»; «a la hora de empadronarse se pedirán una serie de requisitos»).

Con estas coordenadas, la hablante construye un espacio discursivo político propio al cual harán referencia las partículas deícticas. En su objetivo de persuadir a

sus destinatarios de lo conveniente de la medida, veamos cómo esta puede lograrse mediante el manejo de estos espacios discursivos y mediante la inclusión del destinatario en la perspectiva del hablante. Para ello, como hemos adelantado, la forma déictica elegida es la de primera persona del plural, por las posibilidades que ofrece al hablante de desplazarse por diferentes espacios. En concreto, se observan dos campos de referencia señalados, por una parte el «nosotros» que se refiere al «yo» junto con el Gobierno y, por otra parte, el «nosotros» referido al «yo» junto al conjunto de la nación (nosotros, los españoles). Para ver un ejemplo del primer caso nos hemos ido a la parte más problemática de la explicación de la medida, aquella donde la ministra anuncia el copago de medicamentos y, en concreto, a la parte inmediatamente posterior donde justifica la medida:

(1)

Sé, me consta, que es un sacrificio importante para los pensionistas. Como he dicho antes, *nos* gustaría no haber tenido que adoptar esa decisión, pero en este momento *no hemos* tenido más remedio que hacerlo para garantizar que la sanidad pública siga siendo viable. De esta manera, *mantenemos nuestro* compromiso de que no habrá copago sanitario. En muchos países de la Unión Europea, como ustedes saben, *se* paga por consulta médica, hospitalización y por urgencias, y *nosotros hemos* decidido que *íbamos* a pedir un esfuerzo para que *podamos* mantener *nuestro* sistema que, como ustedes saben, en este momento tiene una asistencia sanitaria gratuita para todos los ciudadanos que la necesitan.

En el texto se han marcado en cursiva los casos de deixis de primera persona del plural, donde se hace referencia al Gobierno, y que aluden a un espacio discursivo que contiene acciones y actitudes. Las acciones se refieren a la toma de decisiones («adoptar esa decisión»), al requerimiento de copago, lo cual se hace de forma eufemística («íbamos a pedir un esfuerzo», en lugar del más directo e impositivo «vamos a imponer unas medidas») y a la toma de compromiso; la actitud se observa en la expresión de desagrado hacia estas decisiones y requerimientos («nos gustaría no haber tenido que»; «no hemos tenido más remedio»). La coordenada espacial de estas referencias señala a la nación, España, y la temporal al tiempo presente de crisis («en este momento») y a un futuro optimista («sigue siendo viable»). Sin embargo, en la parte final del extracto, cambian las coordenadas espaciales, ya no ocupadas solo por España, sino también por «muchos países de la Unión Europea». El traslado del referente temporal a Europa se relaciona con una acción («se paga por consulta médica»), inexistente en el espacio conformado por España («asistencia sanitaria gratuita»), lo que da lugar a una comparación valorativa (lo que ocurre en algunos países europeos es negativo; lo que ocurre en España es positivo). Esta valoración positiva de las acciones realizadas en España contrasta con la expresión anterior de desagrado por la toma de decisión de acciones en España, es decir, supone un giro hacia una consideración positiva de las acciones tomadas. Se trata, de esta manera, de una típica estrategia del discurso político donde, con fines persuasivos y mediante la elusión de responsabilidades, se busca la inclusión del destinatario en la perspectiva del hablante.

En otro extracto, la misma finalidad se busca por medio de una estrategia diferente. Se trata de la respuesta a una de las preguntas de la rueda de prensa, pre-

gunta que se centraba en los requisitos que se iban a pedir a ciudadanos extranjeros para usar la sanidad española:

(2)

[...] como le he dicho, se están cometiendo múltiples abusos de personas que no residen en *nuestro* país, que se empadronan en *nuestro* país y vienen a recibir la asistencia sanitaria con *nuestra* tarjeta sanitaria y no *nos* devuelven [...]

Hay una coordenada espacial en este fragmento donde la ministra se auto-incluye: España («*nuestro país*»), es decir, la ministra activa su «rol», no de componente del gobierno como en el caso anterior, sino de ciudadana española, lo que la conecta directamente con el conjunto de la población, sus conciudadanos. Pero no es la única coordenada espacial, pues hay otra compuesta por los países de los no españoles («no residen en *nuestro país*»). Este espacio exterior está ligado a acciones negativas que se refieren a lo delictivo («múltiples abusos», «no nos devuelven»). De esta manera, el «nosotros» de la ministra presenta dos aspectos destacables: por una parte, le permite afiliarse con sus conciudadanos mediante el «rol» común de españoles y, por otra parte, le permite reafirmar las cualidades positivas de ese grupo interno frente a las negativas del grupo externo. Una vez más, la hablante incluye al destinatario en su perspectiva mediante el desplazamiento de «roles» (pasar de ser miembro del Gobierno a ser ciudadana española) y mediante la creación de lazos de solidaridad con los miembros de su recién creado grupo (compartiendo con ellos, no solo el hecho de ser española, sino también acciones positivas basadas en una conducta no delictiva).

Contrasta este caso recriminatorio hacia los extranjeros con otro extracto donde la ministra menciona el mal uso de los medicamentos por parte de los españoles:

(3)

[...] desgraciadamente en España los medicamentos no *se* valoran suficientemente; es decir, *hay* que poner en valor el medicamento y *hay* que instar al buen uso de los mismos. Digo esto porque en estos momentos, aunque luego me referiré de nuevo a ello, *se* tiran 3.800 toneladas de medicamentos cada año. Dato constatable: en el punto SIGRE en este último año *se* han tirado 3.800 toneladas de medicamentos. Y les diré que va en crecimiento. Va subiendo la cifra de los medicamentos que *tiramos*, como digo, a la basura [...]

Contrasta el elevado uso de «nosotros» del caso anterior para señalar el «rol» de español con su casi ausencia en este extracto, donde se han preferido construcciones impersonales («*se*», «*hay que*»). La coordenada espacial sigue siendo España, pero las acciones ligadas a este espacio ahora son negativas (el desecho de medicamentos por parte de la población), de ahí que la ministra opte por no señalar directamente a los agentes mediante el pronombre, y cuando lo hace («*tiramos*») se autoincluye en el grupo («*españoles*»), confirmando su afiliación con ellos.

En definitiva, los tres extractos analizados muestran cómo el desplazamiento por diferentes espacios discursivos y las operaciones para incluir a los ciudadanos en su perspectiva por medio del uso deíctico de su discurso permite a la ministra

crear lazos de afiliación y solidaridad con sus destinatarios, los ciudadanos, lo cual hace de dos maneras: marcando la oposición, tanto en «roles» asumidos como en acciones desempeñadas, con grupos externos («nosotros» vs. los «otros»)⁵ y evitando la acusación directa (mediante estrategias de distanciamiento y/o de autoinclusión) ante las acciones negativas de sus destinatarios. Ambas estrategias (realce de la imagen de los destinatarios, y la propia; atenuación de amenazas a la imagen de los destinatarios, y la propia) constituyen casos de cortesía. Por otra parte, la elusión de responsabilidades ante acciones que pudieran dañar su imagen, como el reclamo de copago farmacéutico, supone una actividad de autoimagen por atenuación de una posible amenaza sobre su propia imagen personal y la de su grupo (el Gobierno).

3. «PAGARÁN UN POQUITO MÁS LOS QUE MÁS TIENEN»: EUFEMISMO, ARGUMENTACIÓN POLÍTICA Y ACTIVIDADES DE IMAGEN

El repaso de la bibliografía sobre el eufemismo muestra que, en la vertiente de este fenómeno considerada «negativa» (y que tiene que ver, por ejemplo, con el modo en que dificulta la claridad de los discursos en los que se utiliza), el empleo del término eufemístico tiene un papel encubridor (pues con su empleo se intenta soslayar una realidad que, por debajo del término eufemístico, permanece). Como es obvio, puede que esto no tenga nada de «negativo» para quien opta por expresarse así, pues es precisamente el efecto que busca. Sin embargo, en su vertiente «positiva», el uso de sustitutos contribuiría a, al menos aparentemente, «tender puentes» y facilitar unas relaciones sociales más fluidas, ya que en su elección intervienen factores como la prudencia o la cortesía (como puede observarse al considerar las definiciones y clasificaciones del fenómeno eufemístico que lo catalogan por sus causas). De este modo, Carnoy (1927: 338), en un estudio que tiene más de ochenta años, pero perfectamente válido para los análisis actuales, indica que el propósito del eufemismo es «minimizar» una impresión desagradable, y añade:

El propósito del eufemismo no es, evidentemente, esconder realidades desagradables, pues para eso lo más sencillo sería callarse. Pretende solamente minimizar la impresión dolorosa que su evocación provocaría en otros o los inconvenientes que esta revelación ocasionaría a quien habla. De manera positiva, el eufemismo tiende también, frecuentemente, a provocar una disposición favorable en el interlocutor.

⁵ Un aspecto ampliamente estudiado por el Análisis Crítico del Discurso. Véase a este respecto el trabajo de OLMOS ALCARAZ (2012) sobre la presentación de esta misma medida política en el Parlamento, donde se señala la elusión de responsabilidad por parte de la ministra y el enfoque en un «nosotros» como grupo «damnificado» por la situación sanitaria. En los medios de comunicación (en editoriales de prensa de un periódico local), también MEDINA LÓPEZ (2013) ha tratado de la oposición hacia el grupo externo como forma de afianzar la identidad del grupo propio.

Por su parte, para Allan y Burridge (1991: 11), autores que toman como punto de partida el principio de cooperación de Grice y el concepto de *imagen* desarrollado por Brown y Levinson (1987), y que estudian el fenómeno eufemístico (y disfemístico) desde un enfoque que recurre a elementos tomados de los estudios sobre la cortesía, el eufemismo se emplea «como una alternativa a una expresión menos deseable, para evitar una posible pérdida de imagen: bien la propia imagen o, mediante una ofensa, la de la audiencia, o la de una tercera parte». Así pues, desde la primera de estas perspectivas, al optar por un sustituto eufemístico frente a un término más «duro», el hablante no se estaría «preocupando» tanto por la imagen de su interlocutor cuanto por la propia. En el contexto político, y bajo este prisma, el uso de sustitutos eufemísticos estaría orientado a disimular los aspectos menos agradables de la gestión que esos emisores planean llevar a cabo (o están realizando ya), cumpliendo de ese modo con la función de «proteger» la imagen que el emisor proyecta.

Antes de ocuparnos de los casos concretos de sustitutos eufemísticos que aparecen en la comparecencia de la ministra, hemos de indicar que conceptuamos estos como «aquellos expresiones que, en un contexto determinado, aparecen para reemplazar un término que se considera duro, malsanante o simplemente «demasiado» concreto, y que atenúan, hacen más ambiguas o desdibujan las características de aquello de lo que se está hablando» (Gómez Sánchez 2005: 310). Además, abordamos el estudio de los sustitutos eufemísticos desde una perspectiva que considera al eufemismo

[...] no solo como una manera de ser cortés hacia el receptor (el enfoque más habitual en la concepción tradicional de este fenómeno, enfoque por el cual se presenta al eufemismo como un facilitador de las relaciones sociales), sino también, de modo muy destacado, como una forma de salvaguardar la propia imagen del emisor (es decir, como una forma de obtener un beneficio para uno mismo), lo cual resultaría especialmente importante en el ámbito político y el económico, pues en esas actividades —y precisamente por su proyección pública—, ofrecer una determinada imagen no es un aspecto baladí (Gómez Sánchez 2006: 625).

Desde esta perspectiva, en el discurso político (y más, cabría decir, en situaciones de crisis), el recurso al eufemismo es una constante, pues el uso de sustitutos eufemísticos puede contribuir a que determinadas decisiones, difíciles de justificar, queden —al menos en un primer momento— disimuladas: de este modo, se pretendería que los daños que esas decisiones pudieran causar a la imagen de sus promotores quedaran también minimizados⁶. Por otra parte, Crespo Fernández (2005:

⁶ En otro orden de cosas, siempre que nos refiramos al eufemismo tenemos que recordar la afirmación de Miguel CASAS (1986:47), quien sostiene que no se puede etiquetar «a un sustituto como eufemístico o disfemístico, sino con un uso eufemístico o disfemístico en una situación pragmática concreta, dependiendo de las múltiples circunstancias efímeras que comporta la relatividad inmanente al proceso eufemístico». Esto es, al hablar de eufemismos siempre es muy importante tener en cuenta que se trata de un fenómeno del discurso, en el que el contexto es algo fundamental. Por otra parte,

84) señala que dada la vulnerabilidad de la imagen social, los participantes en una interacción tratarán de evitar amenazas hacia ella —o de mostrar que no había una amenaza intencionada— mediante el uso de estrategias eufemísticas que puedan minimizar el conflicto.

En la rueda de prensa ofrecida por la ministra Mato tenemos ejemplos tanto de sustitutos eufemísticos (por ejemplo, «personas mayores», expresión de la que enseguida nos ocuparemos) como de tecnicismos. Si bien algunos autores (cfr. Montero 1981; Allan y Burridge 1991) consideran el tecnicismo como un proceso de creación de sustitutos eufemísticos, otros (cfr. Martínez Valdueza 1998) consideran que entre ambos hay semejanzas y diferencias. Así, para esta autora (1998: 130), los eufemismos se vincularían más con la regla de deferencia («da opciones») de Lakoff, mientras que los tecnicismos seguirían más la regla de la formalidad («mantente distante»), pero se parecerían en que los dos «bordean el problema, convirtiéndose en maneras de tratar un tema delicado mientras se finge que se está haciendo otra cosa» (1998: 130). Por otra parte, para Martínez Valdueza, la objetividad y distancia científica propiciada por los tecnicismos evitan las implicaciones afectivas en aquellos temas que puedan resultar desagradables, mientras que los eufemismos «garantizan que el tema es delicado, pero pretenden que se está hablando de otra cosa, por lo que el oyente puede fingir que capta la interpretación menos comprometedora» (ibidem). Destacamos esta comparación que distingue y a la vez establece lazos entre los eufemismos y los tecnicismos porque ambos aparecen en el texto que aquí analizamos. Dicho de otro modo, tendremos que tener en cuenta que, por una parte, el uso de tecnicismos podría ayudar a concretar, muy específicamente, aquello de lo que se está tratando (de modo que podrían servir para referirse con mucha precisión a un hecho determinado y, en este sentido, evitar vaguedades), pero por otra, su empleo genera un efecto distanciador respecto de aquello de lo que se habla, efecto que puede resultar oscurecedor y así atentar contra la claridad del texto (y, por tanto, quizás dificultar su fácil comprensión por parte de los destinatarios [cfr. Moya 2001]); en este sentido, consideramos que su uso también resultaría eufemístico.

Llegados a este punto, consideramos apropiado centrarnos en el análisis de algunos de los sustitutos eufemísticos empleados por la ministra en su alocución. Comenzaremos por un caso de sustitución léxica; el ya mencionado «personas mayores», que aparece en ocho ocasiones, aunque aquí, por razones de espacio, solo incluiremos un par de ellas:

(4)

[...] pero lo que pasa es que había una división entre activos, es decir, personas que tienen edad de trabajar, y pasivos, es decir, las *personas mayores* de 65 años, los jubilados.

consideramos necesario referirnos a la reelaboración y ampliación que, en fechas más recientes, el propio Casas ha realizado respecto a la afirmación recogida unas líneas más arriba; véase para ello CASAS 2012: 44-47 y 56-57.

(5)

En primer lugar, la edad de las personas. ¿Por qué? Porque las *personas mayores* tienen más necesidad permanente de medicamentos, porque tienen más enfermedades, especialmente crónicas.

En su *Diccionario de términos eufemísticos*, Lechado recoge esta expresión como eufemismo de «viejos». El procedimiento por el que se crea el eufemismo es el de sinécdoto: en principio, «personas mayores» serían todas las que no son «personas menores» (es decir, todas las que tienen más de dieciocho años, si fijamos esta edad como la de «corte» legal para distinguir entre mayores y menores de edad). Ahora bien, la quinta acepción que el DRAE da de «mayor» es la siguiente: ‘Dícese de la persona entrada en años, de edad avanzada’. Así pues, se «reduce» el significado de «mayor» a solo una parte de un todo más amplio: los «mayores» que otros, y en esa gradación los ancianos son, lógicamente, los «más mayores».

En relación con el anterior, consideramos interesante, también como ejemplo de sustitución léxica, el empleo del término «pensionistas», que aparece en dos ocasiones:

(6)

Sé, me consta, que es un sacrificio importante para los *pensionistas*.

(7)

Como les he dicho al principio, todas estas decisiones fueron acordadas en el Consejo Interterritorial que celebramos el pasado miércoles, del que les dí cumplida cuenta, y en el que prácticamente todas las Comunidades Autónomas, diecisésis Comunidades Autónomas, se sumaron al acuerdo, si bien es verdad que algunas de ellas manifestaron que no les gustaba que los *pensionistas* tuvieran que pagar.

Podríamos pensar que el empleo de «pensionistas» se debe a la necesidad de buscar la variación para evitar una nueva repetición de «personas mayores». Ahora bien, en cualquier caso, con su uso también se evita el empleo del término *ancianos* (que podría ser un poco más atenuado que «viejos»): dado que la interpretación habitual de «pensionista» es la de quien «recibe una pensión», y como quiera que la mayor parte de esta situación se da en personas jubiladas (por oposición a pensiones de invalidez, viudedad, etc.), el referente al que remitiría, nuevamente, es el de «ancianos». El procedimiento presente en este caso sería el de metonimia (la causa sería recibir una pensión —lo que se relaciona con el hecho de ser anciano, o «jubilado», término que también se emplea en dos ocasiones— y ello genera el efecto de ser pensionista, que de este modo se convierte en sustituto eufemístico de aquel).

Si nos referimos ahora a la expresión empleada por la ministra que da título a este epígrafe, «pagarán un poquito más los que más tienen», hemos de referirnos, en primer lugar, a la apreciación que Carnoy hace de este procedimiento, al señalar que reduce las peores cosas a proporciones menores (por ejemplo, sería el procedimiento empleado al referirnos a una conducta «que deja que desear», en lugar de, directamente, a una «conducta indeseable»), y también a la observación de Casas (1986: 109), quien considera que es necesario distinguir, dentro del plano semán-

tico⁷, «entre elementos denotativos que indican simplemente una sustitución de significantes léxicos (trasplantes) y elementos connotativos (metáfora, metonimia, lítotes, antífrasis, etc.) que expresan las variadas relaciones semánticas (similitud, contigüidad, contraste, etc.) que mantienen el sustituyente y el sustituido». Así pues, la lítote, con su efecto atenuador⁸, puede ser un recurso muy valorado desde el punto de vista de la cortesía (cfr. Haverkate 1994: 204-206), y, en este caso, actuaría como «escudo protector» de la imagen de quien habla, para evitar el mayor rechazo que causaría decir, simplemente, «pagarán más los que más tienen».

Otro término interesante desde el punto de vista eufemístico es «reordenación», que encontramos, con el mismo sentido, en las dos declaraciones siguientes:

(8)

[...] teníamos que hacer una *reordenación* del sistema de aportaciones de los usuarios al mercado farmacéutico.

(9)

Por último, en cuanto a la aportación de los usuarios en el gasto farmacéutico, les he dicho que está absolutamente disparado y lo que hemos hecho es una *reordenación* del sistema de aportación.

En estos dos casos, el término «reordenación» es, simplemente, un sustituto eufemístico de «cambio». Ahora bien, frente a la «neutralidad» de este último (un cambio, *per se*, no implica nada, ni positivo, ni negativo o, dicho de otro modo, puede implicar tanto algo positivo como algo negativo), se recurre a un término, «ordenación», cuya tercera y cuarta acepción en el DRAE es, respectivamente, ‘colocación de las cosas en el lugar que les corresponde’ y ‘buena colocación de las cosas’, lo que otorga una connotación positiva (bien organizado, eficaz, etc.) a lo que simplemente es, como decimos, un cambio. Además, el uso del prefijo *re-* aumenta este efecto (se trata de una «nueva ordenación», por tanto, una «nueva mejora»). Y, en estos mismos ejemplos, no podemos dejar de mencionar el circunloquio que supone referirse al «sistema de aportaciones de los usuarios al mercado farmacéutico» para referirse, simplemente, al «pago de las medicinas»⁹. Podríamos, en resumen, afirmar con Crespo Fernández (2010: 278) que en estos ejemplos el eufemismo está «al servicio del usuario de la lengua para mitigar aquellos aspectos menos adecuados del referente [...].»

Nos adentramos ahora en el comentario de algunos tecnicismos cuyo empleo, como ya indicábamos, no puede dejar de relacionarse con los usos eufemísticos. A

⁷ En el nivel del significado, teniendo en cuenta los tres niveles —paralingüístico, formal y de significado— en los que encontramos mecanismos lingüísticos por los que se genera la sustitución eufemística.

⁸ De hecho, LÁZARO (1968) la denomina también «atenuación».

⁹ En palabras de ALLAN (2012: 14), «It is notable that many euphemisms are circumlocutions; they are comparatively verbose and sometimes obfuscatory politically correct expressions that smack of jargon». [«es destacable que muchos eufemismos son circunloquios; son expresiones políticamente correctas comparativamente grandilocuentes y a veces ofuscadoras que recuerdan a una jerga».]

este respecto, y precisamente teniendo en cuenta las características del texto que analizamos, cabe también recordar a Montero (1981: 33), quien, al hablar del eufemismo y las clases sociales, señala:

La elección del sustituto eufemístico es otra muestra más del origen social del eufemismo. No puede lógicamente tener los mismos recursos estilísticos una persona letrada que una iletrada. Las primeras tienden al cultismo, al tecnicismo y al extranjerismo, mientras que las segundas prefieren la deformación, la elipsis, la abreviación, el diminutivo, los términos genéricos o los pronombres. La complejidad en la elección del sustituto es proporcional al grado de cultura, pero también lo es al tono y al nivel del interlocutor, con lo que se introduce un nuevo elemento de inestabilidad: el que viene dado por la capacidad que tienen las personas instruidas de adaptar su registro al de su interlocutor.

En este sentido, en la rueda de prensa que analizamos aparecen expresiones como «cartera básica de servicios asistenciales» (y que consiste en las actividades asistenciales, sean estas de prevención, diagnóstico, tratamiento o rehabilitación que se realizan en los centros sanitarios, así como el transporte sanitario urgente); «prestaciones sanitarias» (entendidas como los «servicios o conjunto de servicios preventivos, diagnósticos, terapéuticos, rehabilitadores y de promoción y mantenimiento de la salud dirigidos a los ciudadanos»); «prestaciones farmacéuticas» (que comprenden la dispensación de medicamentos con recetas en farmacias, la dispensación de medicamentos en caso de pacientes hospitalizados, sin coste para estos, y el reintegro de determinados gastos de farmacia y productos dietéticos); o «cartera suplementaria de servicios» (para la que la propia ministra aclara que se refiere a prestaciones que se realizan de manera ambulatoria o son prestadas por terceros). En estos casos, el uso del tecnicismo sirve para «condensar» una información que de otro modo resultaría quizá más prolongada en cuanto a su explicación, pero su significado queda menos claro que si se emplearan los términos que aquí hemos añadido. En línea con esto cabe recordar a Chamizo (2008: 42-43), quien señala:

Es un hecho de experiencia que el prestigio social y político de un grupo social depende muchas veces del tipo de eufemismos que usa para referirse a su propia actividad en contraste con los términos (ortofemismos o disfemismos) que usan para referirse a la misma actividad las personas que no pertenecen a ese grupo. En la jerga médica es muy frecuente este uso de sustitutivos eufemísticos de los términos normales en la lengua.

Otros tecnicismos que aparecen en la comparecencia de la ministra son «precios de referencia» y «precios seleccionados». El primero quizá presente menor dificultad interpretativa (se trata del precio máximo que está dispuesto a financiar el Sistema Nacional de Salud para un medicamento, por lo que aquellos medicamentos que superen ese precio no gozarían de financiación, salvo que bajaran su precio hasta ese mencionado nivel de referencia), pero el segundo sí resulta un tecnicismo más difícil de interpretar por una persona no experta (y se refiere a fijar, por parte de la Administración, el precio máximo para grupos de medicamentos sujetos al sistema de precios de referencia, así como para los productos sanitarios). En estos casos, la imagen de la persona que emplea los tecnicismos se «eleva» (se presenta a sí misma

como conocedora de un tema especializado), pero el esfuerzo interpretativo por parte de sus oyentes ha de ser mayor. Igual sucede con el término central, y aspecto más conflictivo, de la comparecencia, el «copago sanitario», el cual, tratándose de un tecnicismo (pues se refiere a la forma de financiación de un sistema sanitario, según la cual el usuario paga una cantidad cada vez que lo emplea), tiene, en su uso, un tinte igualmente eufemístico, ya que, de hecho (y de ahí que algunos hayan dado en llamar «repago» a este procedimiento), ya ha habido cierto tipo de contribución previa por parte del ciudadano, sea mediante impuestos o mediante las cuotas periódicas que se abonan en caso de tratarse de un seguro privado de salud. El uso del tecnicismo permite, una vez más, distanciarse de un aspecto que puede resultar conflictivo y difícil de justificar de cara a la ciudadanía.

4. CONCLUSIÓN

En este trabajo hemos partido del género mediático de la rueda de prensa como uno de los procedimientos comunicativos habituales utilizados por los representantes políticos para dar a conocer a la ciudadanía las medidas adoptadas en la acción de gobierno. Nuestro objetivo ha sido analizar las actividades de imagen insertas en este discurso cuando lo que se debe comunicar son medidas impopulares. Para ello hemos utilizado el caso concreto de la rueda de prensa ofrecida por la ministra Mato para anunciar el copago sanitario y nos hemos detenido en el uso de dos estrategias discursivas muy tratadas en estudios de discurso político, si bien no tanto en relación con la imagen social.

La deixis se ha mostrado como un recurso útil desde el punto de vista argumentativo, al tiempo que contribuye a cumplir las finalidades sociales. Mediante la referencia de la partícula deíctica a los espacios discursivos creados, la hablante establece relaciones afiliativas con los ciudadanos, lo cual hace de dos maneras: mediante el realce de la imagen de estos (y, por tanto, también de la imagen propia) y mediante la atenuación de posibles amenazas a la imagen de ambas partes, en lo que constituyen casos de *cortesía*. Al mismo tiempo, la hablante realiza actividades de autoimagen cuando defiende las medidas adoptadas y trata de eludir cualquier efecto negativo que estas pudieran tener sobre su propia imagen en el «rol» de política, así como en la imagen del grupo que representa (el Gobierno). Por su parte, el uso del eufemismo permite atenuar el rechazo que la adopción de tales medidas puede generar en los ciudadanos, y que repercutiría de manera inmediata en la imagen tanto de la ministra como del Gobierno; en esta misma línea, el uso de tecnicismos permite dar una imagen «distanciada» y «profesional» de aquello que se está refiriendo, y que podría resultar más crudo si se expresara de una manera más coloquial, pero también más clara. En este sentido, en el texto analizado, tanto el uso del eufemismo como el del tecnicismo, lejos de emplearse con un sentido cortés, resultan herramientas muy útiles para la protección de la propia imagen; es decir, contribuyen a la creación de actividades de autoimagen.

Por último, hemos tenido ocasión de comprobar que deixis y eufemismo tienen en común la capacidad de *desplazarse* por un campo amplio de sentidos según

los intereses comunicativos del hablante, y que posiblemente gracias a esa capacidad el uso de ambos es un mecanismo relevante en la realización de actividades de imagen.

RECIBIDO: septiembre de 2013. ACEPTADO: noviembre de 2013

BIBLIOGRAFÍA

- ALBALADEJO, Tomás (1999): «El texto político de escritura periodística: la configuración retórica de su comunicación», en Joaquín GARRIDO MEDINA (ed.), *La lengua y los medios de comunicación I. Actas del Congreso Internacional celebrado en la Universidad Complutense de Madrid en 1996*, Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 390-396.
- ALLAN, Keith (2012): «X-phemism and creativity», en Keith ALLAN et al., *Lexis. E-journal in English Lexicology*, 7 (Euphemism as a Word-Formation Process), 5-42 <http://lexis.univ-lyon3.fr> 20/2/2013
- ALLAN, Keith y BURRIDGE, Kate (1991): *Euphemism & Disphemism. Language Used as Shield and Weapon*. Nueva York: Oxford University.
- BATHIA, Aditi (2006): «Critical discourse analysis of political press conferences», *Discourse & Society* 17 (2): 173-203.
- BATHIA, Vijay K. (1993): *Analysing Genre: Language Use in Professional Settings*, Harlow: Longman.
- BLAS-ARROVO, José Luis (2000): «Mire usted Sr. González... Personal deixis in Spanish political-electoral debate». *Journal of Pragmatics* 32: 1-27.
- BLAS ARROYO, José Luis (2011): *Políticos en conflicto. Una aproximación pragmático-discursiva al debate electoral cara a cara*, Frankfurt am Main: Peter Lang.
- BRAVO, Diana (2002): «Actos asertivos y cortesía: Imagen del rol en el discurso de académicos argentinos», en Diana BRAVO y María Elena PLACENCIA (eds.), *Actos de habla y cortesía en el español*, Munich: Lincom Europa, 141-174.
- BRAVO, Diana (2005): «Categorías, tipologías y aplicaciones: hacia una redefinición de la cortesía comunicativa», en Diana BRAVO (ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, Buenos Aires: Dunken, 21-52.
- BROWN, Penelope & LEVINSON, Stephen C. (1987): *Politeness. Some Universals in Language Use*, 2^a ed., Cambridge: Cambridge University.
- CARNOY, Albert (1927): *La science du mot*, Lovaina: Universitas.
- CASAS GÓMEZ, Miguel (1986): *La interdicción lingüística. Mecanismos del eufemismo y disfemismo*, Cádiz: Universidad de Cádiz.
- CASAS GÓMEZ, Miguel (2012): «The Expressive Creativity of Euphemism and Dysphemism» en Keith ALLAN et al., *Lexis. E-journal in English Lexicology*, 7 (Euphemism as a Word-Formation Process), 43-64 <http://lexis.univ-lyon3.fr> 20/2/2013.
- CHAMIZO DOMÍNGUEZ, Pedro J. (2008): «Tabú y lenguaje. Las palabras vitandas y la censura lingüística», *Thémata. Revista de Filosofía* 40: 31-46.

- CHILTON, Paul y Christina SCHÄFFNER (2000): «Discurso y Política», en Teun A. VAN DIJK, (comp.), *El discurso como interacción social. Estudios del discurso: introducción multidisciplinaria. Volumen 2* [1997], trad. José Ángel Álvarez *et al.*, Barcelona: Gedisa, 297-329.
- CRESPO FERNÁNDEZ, Eliecer (2005): «Euphemistic Strategies in Politeness and Face Concerns», *Pragmalingüística* 13: 77-86.
- CRESPO FERNÁNDEZ, Eliecer (2010): «Eufemismo y disfemismo léxico en la designación del inmigrante 'sin papeles'», *Bulletin of Hispanic Studies* 87(3): 273-289.
- CRESPO FERNÁNDEZ, Eliecer (2013): «Words as weapons for mass persuasion: Dysphemism in Churchill's wartime speeches», *Text & Talk. An Interdisciplinary Journal of Language, Discourse & Communication Studies* 33(3): 311-330.
- GELABERT, Jaime J. (2006): «Registro y funciones de 'nosotros' en el discurso parlamentario español contemporáneo», *Linred* 4: 2-21. URL: http://www.linred.es/numero4_articulo_2.html; 1/6/2013.
- GÓMEZ SÁNCHEZ, M.ª Elena (2005): «Los sustitutos eufemísticos y la claridad del texto informativo», *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 11: 309-327.
- GÓMEZ SÁNCHEZ, M.ª Elena (2006): «Cortesía y eufemismo: los sustitutos eufemísticos en la prensa y la defensa de la propia imagen», en José Luis BLAS ARROYO, Mónica VELANDO y Manuela CASANOVA (eds.), *Discurso y sociedad. Contribuciones al estudio de la lengua en contexto social*, Castellón, Universidad Jaume I, 625-636.
- GÓMEZ SÁNCHEZ, M.ª Elena (2008): «La configuración de la imagen pública: actividades de imagen en la entrevista política», en José Luis BLAS ARROYO *et al.* (eds.), *Discurso y sociedad. Nuevas contribuciones al estudio de la lengua en un contexto social*, Castellón: Universidad Jaume I, 335-348.
- HAVERKATE, Henk (1994): *La cortesía verbal. Estudio pragmalingüístico*, Madrid: Gredos.
- HERNÁNDEZ FLORES, Nieves (2004): «Politeness as 'face' enhancement: An analysis of Spanish conversations between friends and family», en Rosina MÁRQUEZ REITER y María Elena PLACENCIA (eds.), *Current Trends in the Pragmatics of Spanish*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 265-284.
- HERNÁNDEZ FLORES, Nieves (2013a): «The use of personal deixis as an ideological instrument in Spanish political discourse», en Kirsten KRAGH y Jan LINDSCHOUW (eds.), *Deixis and Pronouns in Romance Languages*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 171-188.
- HERNÁNDEZ FLORES, Nieves (2013b): «Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa», *Pragmática Sociocultural* 1 (2): 175-198.
- LÁZARO CARRETER, Fernando (1968): *Diccionario de términos filológico*, 3.ª ed. corr., Madrid, Gredos.
- LECHADO GARCÍA, José Manuel (2000): *Diccionario de eufemismos y de expresiones eufemísticas del español actual*, Madrid: Verbum.
- MARTÍNEZ VALDUEZA, Pilar (1998): «Status quaestionis: el tabú lingüístico», *Lingüística* (ALFAL) 10: 105-139.
- MEDINA LÓPEZ, Javier (2013): «Modelos de (des)cortesía verbal en la prensa española: el caso de *El Día* (Tenerife)», *RILCE* 29.2: 365-388.
- MONTERO CARTELLE, Emilio (1981): *El eufemismo en Galicia. Su comparación con otras áreas romances* (anexo 17 de *Verba. Anuario Galego de Filoloxía*), Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- MOYA HERNÁNDEZ, Germán (2001): «El lenguaje militar. Tabú, eufemismo y disfemismo», *Tonos Digital. Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 1. URL: www.tonosdigital.com; 10/07/2013.

- OLMOS ALCARAZ, Antonia (2012): «Discurso político e inmigración: análisis crítico del discurso a propósito de la reforma gubernamental realizada al sistema de salud pública en España», *Discurso y sociedad*. 6(4): 739-758. URL: <http://www.dissoc.org/ediciones/v06n04/DS6%284%29Olmos.pdf>; 1/6/2013.
- VIGARA TAUSTE, Ana M.^a (2010): «Gramática, ‘excepción’, norma y uso: a propósito de la construcción ‘más mayor’. Aspectos sincrónicos y diacrónicos (1)», *Revista Española de Lingüística* 40(2): 125-140.
- VIGARA TAUSTE, Ana M.^a (2011): «Gramática, ‘excepción’, norma y uso: a propósito de la construcción ‘más mayor’. Aspectos sincrónicos y diacrónicos (1)», *Revista Española de Lingüística* 41(1): 113-127.
- YANES, Rafael (2006): «La rueda de prensa como género de la comunicación política», *Espéculo. Revista de estudios literarios* 33. URL: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero33/ruedapre.html>; 15/09/2013.
- ZUPNIK, Yael-Janette (1994): «A pragmatic analysis of the use of person deixis in political discourse», *Journal of Pragmatics* 21: 339-283.

LA DESCORTESÍA VERBAL EN EL CONTEXTO POLÍTICO-IDEOLÓGICO DE LAS REDES SOCIALES

Silvia Kaul de Marlangeon
Universidad Nacional de Río Cuarto

Ariel Cordisco
Universidad Nacional de Córdoba

RESUMEN

El propósito del presente trabajo, de enfoque teórico discursivo y sociocultural, es exponer cómo el viejo fenómeno de la descortesía verbal se manifiesta activamente remozado en los nuevos medios de comunicación de redes sociales como Twitter y Facebook, especialmente dentro del contexto político-ideológico de la Argentina. Para ello, analizamos actividades comunicativas relacionadas con la descortesía, sin dejar de lado algunas actividades de cortesía y de autocortesía significativas del proceso que sostiene y guía estas nuevas formas de comunicación interpersonal. Asimismo, abordamos los alineamientos de imagen por *afiliación exacerbada* o por *refractariedad* en las variedades de comunicación electrónica empleadas en el corpus escogido y su impacto en la conformación de determinados discursos.

PALABRAS CLAVE: descortesía, Facebook, Twitter, afiliación exacerbada, refractariedad.

ABSTRACT

Following a discursive and sociocultural theoretical approach, this work aims at showing how the old phenomenon of impoliteness is actively revamped in the new communication media of social networks such as Twitter and Facebook, particularly within the political-ideological context of Argentina. To this end, we analyse communicative activities related to impoliteness, without ignoring those activities related to politeness and self-politeness, both meaningful to the process that sustain and guide new forms of interpersonal communication. Likewise, we address the face alignments resulting from *exacerbated affiliation* or to *refractoriness* in the selected varieties of electronic communication used in the corpus gathered, as well as their impact in co-forming certain discourses.

KEY WORDS: impoliteness, Facebook, Twitter, exacerbated affiliation, refractoriness.

145

1. INTRODUCCIÓN

El propósito del presente trabajo, de enfoque teórico discursivo y socio-cultural, es exponer cómo el viejo fenómeno de la descortesía verbal se manifiesta activamente remozado en las variedades de comunicación electrónica empleadas en el corpus escogido, Twitter y Facebook, que están plasmadas como interacciones verbales, virtuales, asíncronas, heteromediatas e hipertextuales.

Abordamos la agresión verbal en las redes sociales como una práctica usual en ellas, especialmente cuando se convierten en arena política que fomenta la agresividad entre los participantes, actores sociales devenidos en actores políticos (no necesariamente afiliados a partidos políticos) que utilizan las estrategias de acusar, insultar, calumniar, descalificar, zaherir, atacar.

Para ello, investigamos primordialmente las actividades de imagen de descortesía, sin dejar de lado algunas actividades de cortesía y autocortesía co-ocurrentes en el proceso que sostiene y guía estas nuevas formas de comunicación interpersonal. En ellas consideramos los diferentes alineamientos de los intervenientes, obedezcan a *afiliación exacerbada* o a *refractariedad* (Kaul de Marlangeon 2005).

El estudio del discurso electrónico y del lenguaje en Internet se enmarca en las ineludibles consideraciones sociológicas de Castells (1996-2003), en las lingüístico-pragmáticas de Yus (2010 y 2011) y en los trabajos concernientes al español de Mayans i Planells (2002), Alcoba-Rueda (2004), Noblia (2004), Mariottini (2008) y Fuentes Rodríguez (2009 y 2013).

Los resultados muestran que, en este contexto electrónico, las relaciones sociales se adaptan a las nuevas tecnologías, es decir, cambian por la mediación tecnológica. Corroboramós, sin embargo, que estos cambios tecnológicos globales en los modos virtuales de comunicación no impiden las investigaciones émicas de la cortesía o de la descortesía, ya que los materiales de los corpora necesariamente integran un contexto específico de situación y de cultura, donde es posible indagar en profundidad el fenómeno de la (des)cortesía presente en estas nuevas formas de comunicación.

2. MARCO TEÓRICO

La comunicación es un «hacer propositivo» que responde a necesidades humanas y que está condicionado por «filtros» (para)lingüísticos, ideológico-culturales, socio-psicológicos, discursivos y productivos/interpretativos (Kerbrat-Orecchioni 1997: 20-29). Nuestro interés analítico pone el acento sobre los *propósitos comunicativos descorteses*, los cuales determinan discursos que emergen y se realizan a través de tales propósitos y, a la vez, están determinados por estos.

Según Goffman (1959 y 1967), una *actividad de imagen (facework)* refiere a todo aquello que es parte de un plan de acción destinado a conformar rasgos identitarios basados en las percepciones socio-psicológicas que tienen los interlocutores de sí y de los demás, en una situación y un contexto social determinados; los diferentes recursos empeñados en tal actividad dejan sus trazas en el proceso interlocutivo. Para

ese autor (1967:5), la *imagen social (face)* está constituida por los valores sociales que un individuo tiene de sí mismo en relación con los demás. Estas nociones sirven para describir e interpretar construcciones comunicativas.

En trabajos anteriores (Cordisco 2005 y Kaul de Marlangeon 2008a, 2008b, 2010, 2012), ya hemos abordado el estado de la cuestión del fenómeno de la des cortesía. Baste aquí recordar que denominamos des cortesía un comportamiento comunicativo que ataca, daña, denigra u ofende la *imagen social* del interlocutor; busca causarle un perjuicio o incide de manera negativa en el clima socio-emocional de la interacción.

En relación con la des cortesía, reconocemos dos contenidos de imagen: *afiliación exarcebada* y *refractariedad* (Kaul de Marlangeon 2005). En la primera, el individuo produce actividades en las que se percibe a sí mismo y es percibido por los demás como *adepto* a un grupo. El adepto asume su calidad de miembro con plena conciencia y orgullo: es partidario de los miembros y de las ideas de su grupo, al punto de escoger la des cortesía en su defensa. En la segunda, el individuo se percibe a sí mismo y es percibido por los demás como *opositor* al grupo. Critica, vitupera, arremete, combate, agrede, quiere expresar que está en una actitud refractaria respecto de aquello que suscita su oposición.

La des cortesía suele estudiarse desde una perspectiva micro-analítica en un determinado intercambio comunicativo; pero también puede configurarse a través de distintos eventos en los cuales no necesariamente participan los mismos interlocutores. Nuestro trabajo se inscribe en esta segunda perspectiva. También en tal sentido Bolívar (2003 y 2005) estudia la des cortesía según su configuración macro-dialógica.

Entendemos por discurso electrónico el conformado por la comunicación interpersonal mediada por computadora (CMC) o por dispositivos como teléfonos celulares o tabletas, a través de los cuales los usuarios intercambian ocurrencias comunicativas en forma síncrona o asíncrona y presentan, comparten, negocian o defienden diversos aspectos de su vida personal o social.

Una red social virtual se caracteriza por permitir a los usuarios crear perfiles personales o públicos con diferentes niveles de privacidad, administrar conexiones entre esos perfiles y encontrar otros usuarios dentro de la red (Boyd y Ellison 2008).

Facebook y Twitter son dos de las más populares redes sociales en Argentina. Facebook (<http://www.facebook.com>) tiene la particularidad de permitir a los usuarios ingresar y actualizar información personal en sus *perfles* o *biografías* de forma casi ilimitada, además de compartirla con otros usuarios. Esta red social se dinamiza por distintas acciones particulares del sistema, como enunciar «Me gusta» o la posibilidad de comentar una actividad determinada. Por otro lado, Twitter (<http://www.twitter.com>) es un sistema que se basa en el intercambio de mensajes breves entre los llamados *seguidores*, de no más de 140 caracteres, complementados con hipertextos multimediales. Cada mensaje puede etiquetarse mediante una palabra clave, antecedida por el signo # (numeral o almohadilla) y con ello conformarse un tema de discusión. Según el nivel de participación de los usuarios, esos temas pueden convertirse en *tendencias* o temas del momento (*trending topics*). Este trabajo analiza dos de esas tendencias en Argentina #TodosconDarín y #Aliverti.

Facebook y Twitter acaparan la atención analítica por ser fuente de material lingüístico y sociocultural a una escala nunca antes avizorada. Facebook expone ejemplarmente fenómenos como la conceptualización del yo y su construcción independiente e interdependiente (DeAndrea, Shaw y Levine 2010), mientras que Twitter combina contingencia, opinión y emoción en una hibridez de objetividad, drama instantáneo y solidaridad (Papacharissi y Oliveira 2012). Coadyuva a ello el impulso de exponer públicamente la intimidad, que pasa a convertirse en lo que Tisseron (2001) ha denominado *extimidad*, como concepto antónimo de la intimidad, y que atañe a la actual exposición pública de aspectos íntimos de la persona. En esta cultura de la exhibición hay también una promoción de las actividades de autoimagen, corteses o no. Estas actitudes traen aparejadas una dilución de los límites entre las esferas públicas y privadas y entre los aspectos de formalidad e informalidad, dilución que repercute directamente en el uso lenguaje.

3. CORPUS Y METODOLOGÍA

Este trabajo es de naturaleza exploratoria, cualitativa e interpretativa, realizado desde una perspectiva socio-pragmática del análisis del discurso de (des)cortesía.

Las evaluaciones de los participantes constituyen el meollo de la comunicación y proveen los datos necesarios para aprehender la realidad espontánea de los hablantes en su contexto social y las premisas culturales presentes en la situación comunicativa (Kaul de Marlangeon 2012).

En el discurso de descortesía usual fuera de línea (*off-line*), si bien las emisiones descorteses, sean unidireccionales, bidireccionales o multidireccionales (Kaul de Marlangeon 2008b), ocurren obviamente durante la interacción, en cambio las evaluaciones de ellas se formulan generalmente después de la interacción y en tales evaluaciones, además de los interactuantes, suelen participar otros circunstantes. Por lo contrario, en el lenguaje en línea (*on-line*) propuesto por las redes sociales, los mismos participantes producen evaluaciones sobre los comportamientos comunicativos (des)corteses presentes en sus interacciones; por consiguiente, los actos (des)corteses de los usuarios resultan, simultáneamente, objeto de análisis y objeto de consultación y comprobación, apropiados para justificar las interpretaciones del analista. Esta *metodología de consulta no programada y espontánea, ex post factum* (Kaul de Marlangeon 2012), es análoga a la consulta programada que Bravo (2009 a, b y 2010), inspirada en Fraser (1994), usa como fase de corroboración de las interpretaciones inductivas del analista.

El corpus está conformado por comentarios de usuarios de Facebook, Twitter, y comentarios web de otros sitios electrónicos, *todos extraídos verbatim*. Este material fue recopilado a comienzos de 2013 y conforma un corpus monolingüe, delimitado en la variedad diatópica del español de la Argentina, de aproximadamente 70.000 palabras y 1.897 comentarios. Tal material se encuentra disponible en Internet desde marzo de 2013, a través de los hipervínculos expuestos en las Tablas 1 y 2. Para preservar la privacidad de los autores de los textos se han omitido los nombres y enlaces al material multimedial relacionado.

TABLA 1. CONFORMACIÓN DEL EJEMPLO A.

Colección Ejemplo A					
MEDIO	TEMA	COMENTARIOS	PALABRAS	DESCRIPCIÓN	ENLACE
Web	Entrevista	202 (de 202)	20300	Comentarios a la entrevista que la revista electrónica Brando del diario La Nación hace a RD el 04/01/2013.	http://bit.ly/Zk7o5i
Facebook	Carta abierta	839 (de 8914)	32500	Comentarios a la carta de CFK del 06/01/2013, de respuesta a RD.	http://on.fb.me/YmkLIQ
Twitter	#Todos-ConDarín	404 (de 404)	11900	Comentarios posteriores a la controversia anterior.	http://bit.ly/16QhimH
Web	Nota periodística	250 (de 1445)	6300	Comentarios una segunda entrevista a RD en donde se disculpa y aclara algunas de sus aseveraciones anteriores.	http://bit.ly/XaLtmW

TABLA 2. CONFORMACIÓN DEL EJEMPLO A.

Colección Ejemplo B					
MEDIO	TEMA	COMENT.	PALABRAS	DESCRIPCIÓN	ENLACE
Twitter	#Aliverti, #PabloGarcía	202 (de 202)	6300	Comentarios sobre el accidente causado por Pablo García, hijo del periodista Eduardo Aliverti.	http://bit.ly/15FpcvA

El corpus queda organizado en las dos secciones: Ejemplo A y Ejemplo B. Los textos comprenden respuestas encadenadas producidas por los usuarios de Facebook y Twitter. Cada comentario constituye un texto que será considerado en su dinámica propia con respecto a las actividades de imagen empleadas.

El Ejemplo A, cuyos detalles descriptivos se consignan en la siguiente Tabla 1, gira en torno a un intercambio macro-dialógico entablado por la presidenta de la Argentina, Cristina Fernández de Kirchner (CFK), al actor argentino Ricardo Darín (RD) (ver tabla 1).

El Ejemplo 2 contiene comentarios de Twitter extraídos de las tendencias #Aliverti y #PabloGarcía (ver tabla 2).

4. ANÁLISIS

4.1. EJEMPLO A

4.1.1. *La entrevista a RD y la reacción de CFK*

En la entrevista mencionada e intitulada «Somos un país niño», RD manifiesta su pesimismo por el panorama político y social de la Argentina y se queja por el clima de confrontación generado por el gobierno. Ante la pregunta acerca de qué cosas lo irritan, responde: «Yo quisiera que alguien me explicara el tema del crecimiento matrimonial de los Kirchner. ¿Cómo no se les cae la cara de vergüenza? ¿Cómo puede ser?».

La carta con que CFK contesta a RD recurre a la cortesía convencional en el encabezamiento: «Estimado Ricardo Darín», «De mi consideración» y en la despedida: «Con todo mi respeto y admiración.» Ello es concordante con una carta formal y, si se tiene en cuenta la investidura presidencial, con el protocolo usual. Para atemperar los argumentos críticos que luego empleará, inicia con una *concesión retórica cortés*: «Quiero en primer término felicitarlo una vez más por su trayectoria artística y por haber dado al cine argentino memorables actuaciones». En el cuerpo de la carta hace esta referencia al meollo de la cuestión:

1.

Nunca en toda la historia política de la Argentina se ha podido acceder a las Declaraciones Juradas de un funcionario público con mayor facilidad, frecuencia y publicidad que a las de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner.

Ante una pregunta, la actitud cortés elemental del contestador es no evadir el tema ni distraer la atención de él. CFK incurre en la actitud descortés tipificada como *escatima deliberada de la cortesía esperada por el oyente* (cf. Kaul de Marlangeon 2008), porque no responde de qué modo los Kirchner se enriquecieron. Hay una *inatincuencia* entre la pregunta y la respuesta, maquinada estratégicamente por CFK. La evasión se refuerza doblemente en el siguiente párrafo: mediante una primera estrategia, en vez de responder a la pregunta del actor, remite a la explicación, aún en tela de juicio, dada a la justicia; mediante una segunda estrategia, de descortesía de fustigación, apela a la *incriminación escarnecedora tu quoque* ('tú también'):

2.

Usted quería que alguien le explicara. Ya se lo hemos explicado a la Justicia y a peritos de la Corte. Descarto, Ricardo, que usted confía en la Justicia. Usted mismo fue acusado y detenido por un juez en marzo de 1991, por el delito de contrabando de una camioneta que ingresó al país con una franquicia especial para discapacitados.

En la carta también aparecen actividades de autoimagen: «¿No sé si sabe que soy una cinéfila total?». Otras son actividades autocortesas: «Usted se preguntará y esta mujer con todo lo que tiene que hacer, se ocupa de escribirme...». La emisión que allí sigue: «Y debo reconocer que soy un poco cholula y usted es uno de mis actores preferidos» puede interpretarse de tres maneras posibles:

- a) Como conjunción de las dos aserciones «Debo reconocer que soy un poco cholula» (argentinismo por *frívola* o *superficial*) y «Usted es uno de mis actores preferidos». Esta conjunción, en conjunción con la precedente conjunción «Soy una mujer que tiene mucho que hacer» y «Me ocupo de escribirle», permite la interpretación cortés: «A pesar de ser una mujer que tiene mucho que hacer, como soy un poco cholula me ocupo en escribir y le escribo a usted porque es uno de mis actores preferidos».
- b) La lectura *sic* de la emisión configura el acto descortés involuntario tipificado como *metedura de pata* (Kaul de Marlangeon 2008a) consistente en adjudicar la preferencia de CFK por RD al carácter un poco cholulo de ella.
- c) Una *autodescortesía* maquinada (cf. Kaul de Marlangeon 2008a) con el propósito de inferirle a RD el sarcasmo de que se colija que la preferencia de CFK por el actor proviene de que ella es un poco *cholula*.

La autodeclaración de ser *un poco cholula* muestra el rasgo de la *extimidad* que se halla generalizado entre los usuarios de las redes sociales. Tratándose de una figura pública, en una actividad pública, pues firma como «Presidenta de la Nación Argentina», no correspondería que se colaran estos fragmentos de su vida íntima, de comunicación de su mundo interior, al menos para la imagen, identidad y valores que el imaginario colectivo tiene hasta ahora de la investidura presidencial. CFK vierte estratégicamente estos aspectos de su vida personal y así provoca la adhesión de sus seguidores (la mayoría de los comentarios realizados en Facebook, añadidos a la carta de CFK), pero también la antipatía de sus oponentes (la mayoría de las opiniones en Twitter). Lo que sería una respuesta formal de CFK a un ciudadano se transforma, por su publicación en Facebook, en una carta dirigida colectivamente al público, primordialmente a sus partidarios, y destinada a preservar la imagen social de la firmante.

3.

Seguro que sus múltiples ocupaciones y compromisos propios de un artista exitoso le restan tiempo para una observación más completa de la realidad, pero no se preocupe, tampoco es culpa suya, seguramente los medios que usted lee no publican esa información.

Al objetar la compleción de la observación de la realidad por parte de RD, amenga la propiedad de las críticas del actor. La última aseveración constituye una descortesía de fustigación por refractariedad hacia los medios que lee RD.

4.1.2. *Las evaluaciones (des)corteses de los comentarios en Facebook a la carta de CFK*

Hubo 8914 comentarios como eco de la carta de CFK, la gran mayoría laudatorios. Sin embargo, la inserción en ellos de los nombres y las fotografías de sus autores podría hacerlos aparecer como actos personales de afiliación al poder, como ejemplifican 4 y 5:

4.

J P que genia, que astucia, claridad y sagacidad en la argumentacion... una de las mejores argumentadoras que tenemos los argentinos, admirable!

5.

E R Muy bien Cristina hay que darles donde mas les duele a los bocones

Otros comentarios deslizan un trabajo de autoimagen, como aquí:

6.

G R [...] e tomado la determinación de ayudar y colaborar para que el proyecto que usted ye va a cabo se pueda concretar, desde mi humilde lugar y colaborando en la comunidad en la que vivo para que el crecimiento sea equitativo y todos podamos disfrutar esta País. desde ya, muchas gracias. Estoy a su disposición

Los dos siguientes son muestras de los pocos adversos a CFK:

7.

R B porque? tanta molestia por la inquietud de un actor?muchos argentinos queremos saber como se hace para aumentarsu patrimonio de manera desmesurada y sin tener un poquito de etica y encima haciendo sentir culpable a quienes la cuestionan, todos tenemos derecho a preguntar y saber lo que se hace con el dinero de todos.

8.

V G Y todos nos seguimos preguntando: ¿Cómo creció su patrimonio? Me parece que se fue mucho por las ramas.

El comentario 8 constituye además un instrumento de consultación espontánea relativo a la inatención mencionada en 1.1.

4.1.3. Los comentarios en TWITTER sobre la entrevista a RD enmarcados en la tendencia #TodosconDarin

El título de este ítem ya indica la postura político-ideológica de la mayoría de los comentaristas, adversa a CFK:

9.

Cristina sos un Karadura, no respondes lo que él pregunto. Te llenaste de guita y no lo podes justificar!

De estas tres aserciones, la segunda reproduce la objeción del comentario 8; la primera y la tercera constituyen descortesía de fustigación.

10.

Kretina como sos cinefila mirate esta: [enlace] LA BIOGRAFIA DE UNA HDP!!!

Ludibrio como estrategia de descortesía de fustigación.

11.

Llegaron los resultados del detector de sarcasmos de la carta de Cristina a Darín. Explotó la máquina. [enlace]

Este y otros comentarios del mismo tenor nos guían como instrumento de consultación y nos inducen la interpretación de autodescortesía maquinada mencionada en c) de §1.1.

Ejemplo contrario a la motivación de esta tendencia es:

12.

CFK a Darín, PRESI TE RE BANCAMOS! Y CADA VEZ SOMOS MÁS! JA [enlace a imagen que muestra a Cristina Fernández de Kirchner con guantes de boxeador rosa]

4.1.4. *Las evaluaciones (des)corteses en los comentarios web de la entrevista a RD*

Desde un comienzo se manifiestan dos alineaciones política e ideológicamente opuestas: la de los afiliados al gobierno y la de los refractarios a él. Evalúan respectivamente en forma negativa y favorable las opiniones del actor. Estos comentarios emergen como un elemento catártico que libera el malestar interno de afiliados y de refractarios. Exhibimos sendos ejemplos:

13.

Darín, tendrías que escucharte a vos mismo, hablas de pelea de poderes, de no escuchar al otro y tiras responsabilidades para un solo lado, coincidis con cosas como «el que no me vota es enemigo» para también decir que hay que prestar atención a cosas como el 8N cuando mucha de esa mucha gente como vos decis arranca diciendo «Por culpa del 54%», pero claro es un solo lado al que el odio no le deja ver con claridad...

Este muestra descortesía de fustigación por afiliación exacerbada al grupo de poder, la cual lleva simultáneamente al comentarista a defender los valores del gobierno («tiras responsabilidades para un solo lado») y a descalificar y agredir mediante reproches al actor y a los que piensan como él («es un solo lado al que el odio no le deja ver con claridad»).

14.

Ya aparecieron acá los infaltables e inefables K's para desacreditar a un artista como Darín... A los Kanáticos les digo: No hay peor ciego que el que no quiere ver. Darín es muy claro en sus conceptos y el que dice que no lo comprende, que vuelva a cursar el colegio secundario y apruebe la materia Comprensión de Texto. [...]

Este evidencia el uso de la descortesía de fustigación por refractariedad al grupo gobernante; la agresión surge como un ataque a los valores de ese grupo, cuyos miembros son motejados de *kanáticos*, por *fanáticos* y adeptos al kirchnerismo. También hay defensa de la postura del actor.

4.1.5. Los comentarios web de una posterior nota periodística a RD

En general reconvienen en distinto grado al actor por haber atenuado su crítica al gobierno. De ellos escogemos dos representativos:

15.

Sabes como te llamarán de ahora en más C-A-G-O-N!!!!!! Te enteraste que gente de mejor trayectoria que la tuya te salieron a bancar????? C-A-G-O-N !!!!! De que te vas disfrazar???? payaso!!!!

16.

Darin no hay que aclarar mas nada, no hay que hablar con ladrones hay que meterlos presos

En 15, el emisor acusa la ofuscación que le causa el cambio de postura de RD y lo agrede desde una actitud de afiliación exacerbada al grupo de críticos al gobierno, que hasta muy recientemente integraba RD. El mote «payaso», el reiterado denuesto «cagón» y la interpelación retórica «¿De qué te vas a disfrazar?» conforman una evidente descortesía de fustigación. En 16, un primer enunciado, cortés, denota comprensión del emisor en procura de recobrar la afiliación de RD al grupo de opositores al gobierno; sus dos otras recomendaciones configuran descortesía de fustigación.

En suma, en todo este hipertexto flexible, electrónico, interactivo del ejemplo A, observamos que los medios en estudio se convierten, ya no en un espacio de comunicación de personas comunes en las redes sociales, sino en un espacio político-ideológico de debate y mayormente de confrontación.

4.2. EJEMPLO B

Concerne al acto del periodista Pablo García (PG), hijo del periodista progubernamental Eduardo Aliberti (EA), de conducir alcoholizado, atropellar y matar a un ciclista en una ruta y llevarlo 17 kilómetros incrustado en el parabrisas.

Los tres siguientes comentarios:

17.

Manejar BORRACHO, drogado, CON EL REGISTRO VENCIDO, cagandose en la gente.

18.

«Manejaba ése adicto!!

19.

El hijo de #aliverti es un terrible hijo de puta, eso no es solo un accidente, llevarlo 17 km en incrustado en el parabrisas es de asesino.

representan a PG como un conductor bajo la influencia de drogas (borracho, drogado, adicto), negligente («con el registro vencido») e indolente («cagándose en la gente»), cuya responsabilidad va más allá del mero accidente («es de asesino»). Los actos son directos, volitivos y abiertamente zaheridores en la invectiva; configuran, pues, una descortesía de fustigación cuya vertiente es la refractariedad al estado de cosas que denuesta y al conjunto de personas que incurren en ellas. Esa refractariedad está motivada en las premisas culturales vigentes que impregnán la subjetividad del comentarista.

El hecho de que el causante del luctuoso accidente sea hijo de EA, reconocido en el ejemplo 19, redimensiona la figura del destinatario PG, desde lo privado a lo público y a lo político-ideológico; ese desplazamiento queda registrado en el Twitter y por éste.

PG ya no es un «alguien» involucrado en un accidente de características dramáticas e insólitas, sino el «hijo de», lo cual lo convierte en merecedor del énfasis en la red social. Ahora hay una extensión semántica y discursiva al «padre»:

20.

Padre chanta, hijo asesino #alinverti

Aquí el comentarista utiliza el argentinismo coloquial despectivo «chanta», que califica de impostor al destinatario-padre e, indirectamente, insinúa cierto grado de responsabilidad familiar sobre el hecho desencadenado por el destinatario-hijo.

En el siguiente ejemplo:

21.

#aliverti El pilar de la «Nación» persiste y muestra el «gen de la hijaputez».

la hipérbole «el pilar de la Nación», formalmente cortés pero animada de un propósito des cortés (Kaul de Marlangeon 2008a), instaura un sarcasmo en referencia a las posturas ideológicas, políticas y sociales adoptadas y defendidas por el periodista padre, usualmente a favor del actual gobierno argentino. La actividad de des cortesía se completa con una evaluación también sarcástica del posicionamiento de ese periodista respecto del hecho en que se ve envuelto su hijo: «muestra el gen de la hijaputez». Conformado así el destinatario, la intervención refractaria no discierne entre los roles de padre y de periodista y la des cortesía de fustigación abarca a ambos: embiste contra su quehacer profesional y escarnece su posición ideológica.

Ambos roles se configuran, por contigüidad, en un destinatario así renovado al cual orientar el propósito des cortés con actividades de imagen que se exacerban en su refractariedad, como se exemplifica con las intervenciones 20 y 21.

Estos ejemplos también perfilan la compleja construcción del destinatario a quien orientar actividades de des cortesía. He aquí tres ejemplos de valoraciones deontológicas des corteses de los comentaristas:



22.

#aliverti pidió no «agregarle más dolor al dolor» y que se haga «estricta Justicia»
Deberían hacer lo q haces vos mercenario

23.

Eduardo #aliverti no concurrió a su programa pero sigue dando clases de ética y moral..

24.

Que paradoja #aliverti nos quería dar lecciones de vida, de política, de todo , con su voz potente, practicamente, nos basureaba a todos!

Las 22 y 23 refieren a las actitudes del periodista: «sigue dando clases de ética y moral», «lecciones de vida, de política, de todo». Estas referencias cuestionan la autoridad moral del destinatario con razonamientos *ad hominem y tu quoque*. La 24 refiere a las declaraciones de EA a la prensa sobre el comportamiento y situación de su hijo. El seguidor califica de «mercenario» a EA y desea que los demás periodistas lo traten de igual manera: «deberían hacer lo que haces vos». La mención «con su voz potente» deja una traza lingüística indudable de la refractariedad que anima al comentarista y de la envidia que le suscita el timbre de voz del locutor radial y televisivo, un rasgo ciertamente inobjetable de su actuación profesional. El opinante parece sugerir que la convicción que transmitiría ese timbre de voz es sólo supuesta y reprocha al destinatario que «practicamente, nos basureaba a todos!».

25.

#Callate #aliverti «Están fusilándome» Te lo mereces por egoista!

Aquí la cita intertextual «Están fusilándome» refiere a la reacción de EA, quien, por más de una semana, formó parte de la agenda periodística a través de notas, entrevistas, discusiones televisivas y devoluciones de descortesía en las redes sociales, mayormente a través de: «#Callate #aliverti». Este tipo de intervenciones son marcas del circuito comunicativo que se establece en Twitter: mediado, hipertextual, interdiscursivo. De allí la efectividad de las actividades de descortesía: hay un destinatario que reacciona ante ellas rechazando los ataques, defendiéndose, contra-atacando.

26.

O sea, entre un borracho manejando por la Panamericana y un muerto atropellado, el verdadero problema es el periodismo.

27.

El hijo mató manejando borracho y #aliverti quiere abrir el debate sobre «El alcoholismo y sus peligros»..Ah, no, pará ,»ética periodística»

En 26, con el «o sea», el comentarista introduce una reinterpretación intertextual de toda la situación, a modo de epílogo irónico («el verdadero problema»), mediante la contraposición entre la dimensión fáctica «borracho manejando»,

«muerto atropellado» y la dimensión abstracta «el periodismo». En 27, ocurre la misma contraposición entre «mató manejando borracho» y «debate sobre 'El alcoholismo y sus peligros'». El «Ah, no, pará» procura interrumpir a EA en su actitud y el vocativo sarcástico «ética periodística» alude al debate propuesto por él. En 25 («Callate») y en 27 («pará») el intento de acallar busca invertir los roles, socavar y afrontar la autoridad relativa de los «comunicantes» (25: «Están fusilándose») frente a los «comunicados» (23: «sigue dando clases»; 24: «nos quería dar lecciones»; 25: «te lo merecés»; 27: «quiere abrir el debate»). Mediante tales recursos, que retienen la palabra y escarmientan por falta deontica, se incorpora el plano político, siempre contiguo y contingente en la comunicación por redes sociales de la actual esfera pública argentina. En esas emisiones la descortesía de fustigación obra por refractariedad al gobierno; refleja el posicionamiento político-ideológico de los opinantes y carece de mitigaciones comunicativas o discursivas.

En las cuatro siguientes muestras va *in crescendo* la descortesía de fustigación hacia EA (28) o el gobierno (29 y 30) o PG, EA y el gobierno (31):

28.

#aliverti obsecuente con el poder.

29.

La corrupción K, asesina.

30.

Los K son tan psicópatas como su jefa espiritual. Para ellos el hijo de #Aliverti SE CAGÓ LA VIDA ¿y la víctima? no vuelve más!

31.

La cara de negro sucio drogadicto y zurdo de pablo garcía no tiene nombre Tipico hijo de un K como #aliverti

31 contiene, además, la discriminación racial «negro sucio» y la política «zurdo». El comentarista tilda a EA de kirchnerista y a PG de típico hijo de él, en ambos casos con denotación insultante.

5. DISCUSIÓN

Toda ideología está fuertemente ligada al poder y la (des)cortesía está basada en el reconocimiento de la variable sociológica del poder. Así pues, dentro de la cortesía y de la descortesía hay ideología; pero, recíprocamente, la (des)cortesía puede servir de instrumento a la ideología, ora para mantener el orden social imperante, ora para desafiarlo (cf. Kaul de Marlangeon 2006).

En el contexto electrónico de las redes sociales Facebook y Twitter que hemos estudiado, la participación de los miembros constituye una actividad político-ideológica de carácter evaluativo.

El comportamiento descortés, generado por el deseo del agresor de incrementar su prevalencia, es un elemento no marcado en el eje cortesía / descortesía, análogamente a lo que ocurre en el debate político cara a cara estudiado por Blas Arroyo (2001).

Hemos corroborado que los usuarios de esas redes sociales son participantes activos, críticos y portadores de ideologías opuestas que construyen relaciones descorteses y dan sentido a esa práctica social de confrontación como expresión discursiva de poder.

Van Dijk (2003: pássim) asevera que las ideologías, por ser sistemas de creencias compartidas socialmente, fundamentan las prácticas sociales y que una de las más importantes entre éstas es el uso del lenguaje y del discurso; es decir, tales prácticas discursivas son inseparables de los sistemas de ideas sociales.

Usualmente, cada comentario construido como un discurso ideológico revela una conducta conflictiva por parte del usuario. Como las ideologías se asocian a las propiedades particulares de determinados grupos, para cada uno de dos grupos ideológicamente antagónicos, en nuestro caso el gobierno y la oposición, las propiedades del otro grupo tienen valor negativo y terminan caracterizando el estereotipo de éste, percibido como un todo homogéneo.

Efectivamente, en la Argentina, la oposición al gobierno congrega actualmente a diversos partidos con diferencias y matices ideológicos entre sí: peronismo tradicional, radicalismo, socialismo y otros partidos de izquierda, los cuales forman un arco heterogéneo que se extiende desde la centro-derecha hasta la izquierda. Sin embargo, esa oposición es percibida como un todo homogéneo por el grupo gobernante, que la aglutina como un único adversario.

En esos casos, pues, el estereotipo identifica un grupo social por medio de una evaluación negativa descortés asignada como característica constante por parte de los refractarios a dicho grupo. Se trata de una *descortesía de fustigación entre grupos*, constituida por el conjunto de las refractariedades de cada miembro de uno de los grupos hacia el otro grupo antagónico (cf. Kaul de Marlangeon 2009 a y b): cada adepto al gobierno es refractario al grupo de la oposición y, recíprocamente, cualquier adherente a un partido de esta última es refractario al gobierno.

Por otra parte, las premisas culturales, o conocimiento de las convenciones sociales (Bravo 1999), permiten explicar el comportamiento comunicativo según los valores vigentes en una sociedad. Es un conocimiento sociocultural de tipo general y necesario para la interacción, que ésta presupone a modo de regla no escrita.

A diferencia de este fundamento común de una cultura, Van Dijk (2003) sostiene que las ideologías no son socioculturales, porque no todo el mundo las acepta y por ello suelen generar diferencias de opinión y conflictos. Por consiguiente, el incremento del comportamiento social descortés se explica por el hecho general de que en una misma sociedad conviven diversos grupos con sus respectivas ideologías, posiblemente adversas, y por la circunstancia especial de la facilidad de expresar opiniones a través de las nuevas tecnologías de uso masivo que permiten portar y encubrir multitud de egos de la identidad real.

En el corpus subexamen, hemos corroborado las dos vertientes teóricas de la *descortesía de fustigación de un individuo hacia un grupo*: por un lado, la afiliación

exacerbada al grupo de pertenencia, que experimenta cada uno de los autores de los comentarios de adhesión a la carta publicada en Facebook por la presidenta (Ejemplo A), afiliación que estrecha los lazos entre esos miembros; y, por otro, la refractariedad a un grupo, el del gobierno y sus adeptos, que motiva la gran mayoría de las intervenciones en las tendencias de Twitter de los Ejemplos A y B.

La constitución y cohesión del grupo de opositores al gobierno está dada por la refractariedad al gobierno de cada uno de los miembros de ese grupo; por consiguiente, la afiliación de cada miembro a ese grupo es una afiliación exacerbada, porque cada miembro se ve y es visto como adeptos a ese grupo por participar de la actitud refractaria hacia el gobierno. Ya hemos dicho (Kaul de Marlangeon 2005:303) que el adeptos asume su calidad de miembro con plena conciencia y orgullo; es partidario de los miembros y de las ideas de su grupo, al punto de escoger la descortesía en su defensa.

De lo precedente se colige que la *génesis de la actitud* de los opositores al gobierno es la refractariedad a éste de cada uno de aquellos y no la afiliación exacerbada que éstos terminan desarrollando hacia el propio grupo que dicha refractariedad aglutina.

La metodología de la consultación espontánea ha sido aplicada en dos ejemplos del corpus (8 de 1.2. y 9 de 1.3.) para corroborar la hipótesis del analista y en un tercer ejemplo (el 11 de 1.3.) para decidirla entre tres opciones. Los restantes ejemplos analizados configuran alineamientos nítidos de opiniones coincidentes, que dispensan al analista de cualquier consultación.

6. CONCLUSIONES

Los resultados muestran que, en el contexto electrónico considerado, las relaciones sociales se adaptan a las nuevas tecnologías, es decir, cambian por la mediación tecnológica.

Este cambio determina que la relación *on-line* propicie los comportamientos descorteses de los interlocutores. Al carecer los individuos de las restricciones coercitivas que rigen en la sociedad *off-line*, se desarrolla un proceso de naturalización de la descortesía.

Los usuarios del contexto político-ideológico estudiado, confiados a identidades digitales y expuestos a relaciones momentáneas, expresan actitudes de distancia emocional y confrontación. Allí proliferan comportamientos de trinchera que dan lugar a la descortesía de fustigación en sus dos vertientes: por afiliación exacerbada del comentarista a su propio grupo y por refractariedad de aquél al grupo antagonista.

RECIBIDO: abril de 2013. ACEPTADO: julio 2013

BIBLIOGRAFÍA

- ALCOBA-RUEDA, Santiago (2004): «Cortesía e imagen en la lengua de Internet», en Diana BRAVO y Antonio BRIZ-GÓMEZ (eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel, 357-370.
- BOLÍVAR, Adriana (2003): «La descortesía como estrategia política en la democracia venezolana», *Actas del Primer Coloquio del Programa EDICE. 'La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes.'*, Estocolmo: Universidad de Estocolmo-Programa EDICE, 213-226.
- (2005): «Descortesía y confrontación política. Un análisis crítico», en Diana BRAVO (ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, Buenos Aires: Programa EDICE-DUNKEN, 273-297.
- BOYD, Dana, y ELLISON, Nicole (2008): «Social network sites: Definition, history, and scholarship», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- BLAS ARROYO, José Luis (2001): «No diga chorradas... La descortesía en el debate político cara a cara. Una aproximación pragma-variacionista», *Oralia* 4, 9-46.
- BRAVO, Diana (1999): «¿Imagen 'positiva' vs. imagen 'negativa'? Pragmática socio-cultural y componentes de face», *Oralia* 2: 155-184.
- (2009a): «El análisis del discurso de (des)cortesía y la problemática del factor extralingüístico en la interpretación», en Lidia RODRIGUEZ ALFANO (ed.), *La (des)cortesía y la imagen social en México. Estudios semiótico-discursivos desde varios enfoques analíticos*, Monterrey- Estocolmo: UANL- Programa EDICE, 229-259.
- (2009b): «Pragmática, sociopragmática y pragmática sociocultural del discurso de la cortesía. Una introducción», en Diana BRAVO, Nieves HERNÁNDEZ FLORES y Ariel CORDISCO (eds.), *Aportes pragmáticos, sociopragmáticos y socioculturales a los estudios de la cortesía en español*, Buenos Aires: Programa EDICE-Dunkcen, 31-68.
- (2010): «Pragmática sociocultural. La configuración de la imagen social como premisa socio-cultural para la interpretación de actividades verbales y no verbales de imagen», en Franca ORLETTI y Laura MARIOTTINI (eds.), *(Des)cortesía en español. Espacios teóricos y metodológicos para su estudio*, Roma: Universidad Roma Tre - Programa EDICE, 19-46.
- CASTELLS, Manuel (1996-2003): *The Information Age: Economy, Society, and Culture*, Oxford: Blackwell Publishers.
- CORDISCO, Ariel (2005): «Marcos de descortesía. Roles, imágenes y contextos socioculturales en una situación de visita en un texto dramático argentino», en Diana BRAVO (ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, Buenos Aires: Dunken, 319-364.
- DEANDREA, David C., Shaw, Allison S., y Levine, Timothy R. (2010): «Online Language: The Role of Culture in Self-Expression and Self-Construal on Facebook», *Journal of language and social psychology*, 29, 425-442.
- FRASER, Bruce (1994): «Pragmatic Research: Methodological Issues», en R.E. ASHER y J.M.Y. SIMPSON (eds.), *The encyclopedia of language and linguistics. Multilingua*, 18-4, 391-433.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (2009): «Cuando la descortesía se convierte en agresividad. Las listas de debate en el correo electrónico», en Diana BRAVO, Nieves HERNÁNDEZ-FLORES y Ariel

- CORDISCO (eds.), *Aportes pragmáticos, sociopragmáticos y socioculturales a los estudios de la cortesía en español*, Buenos Aires: Programa EDICE–DUNKEN, 321-359.
- (2013): *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: Arco Libros.
- GOFFMAN, Ervin (1959): *The Presentation of Self in Everyday Life*, University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.
- (1967): *Interaction ritual. Essays on face-to-face behavior*, New York: Doubleday Anchor Books.
- KAUL DE MARLANGEON, Silvia (2005): «Descortesía de fustigación por afiliación exacerbada o refractariedad», en Diana BRAVO (ed.), *Estudios de la (des) cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, Buenos Aires: Programa EDICE-Dunken, 299-318.
- (2006): «El género horóscopo: cortesía e ideología», en José Luis BLAS ARROYO (ed.), *Discurso y Sociedad. Contribuciones al estudio de la lengua en contexto social*, Universitat Jaume I: Castelló de la Plana, 649-660.
- (2008a): «Tipología del comportamiento verbal descortés en español», en Antonio BRIZ-GÓMEZ, Antonio HIDALGO-NAVARRO, Marta ALBELDA MARCO, Josefa CONTRERAS y Nieves HERNÁNDEZ FLORES (eds.), *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral. Tercer Coloquio Internacional del Programa EDICE*, Valencia/Estocolmo: Universidad de Valencia-Programa EDICE, 254-266.
- (2008b): «Impoliteness in institutional and non-institutional contexts», en *Pragmatics* 18-4, 729-749.
- (2009a): «Estereotipo y descortesía en chistes étnicos. Aplicación a los relativos a las comunidades española y argentina», en María BERNAL y Nieves HERNÁNDEZ FLORES (eds.), *Estudios sobre lengua, discurso y sociedad: Homenaje a Diana Bravo. Romanica Stockholmiensis* 27, Stockholm: Stockholms Universitet, 178-190.
- (2009b): «Estereotipo y descortesía en chistes étnicos sobre mexicanos y argentinos», en Lidia RODRÍGUEZ ALFANO (ed.), *La (des)cortesía y la imagen social en México. Estudios semiótico-discursivos desde varios enfoques analíticos*, Monterrey-Estocolmo: Universidad Autónoma de Nuevo León-Programa EDICE, 153-169.
- (2012): «Encuadre de aspectos teórico-metodológicos de la descortesía verbal en español», en Julio ESCAMILLA MORALES y Grandfield HENRY VEGA (eds.), *Miradas multidisciplinares a los fenómenos de cortesía y descortesía en el mundo hispánico*, Barranquilla/Estocolmo: Universidad del Atlántico/Programa EDICE, 76-106.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (1997): *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*, Buenos Aires: EDICIAL.
- MARIOTTINI, Laura (2008): «Cibercortesía. Estrategias de toma del turno en los chats», en Antonio BRIZ-GÓMEZ, Antonio HIDALGO NAVARRO, Marta ALBELDA MARCO, Josefa CONTRERAS y Nieves HERNÁNDEZ FLORES (eds.), *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral. Tercer Coloquio Internacional del Programa EDICE*, Valencia Universidad de Valencia-Programa EDICE, 389-502.
- MAYANS I PLANELLS, Joan (2002): *Género Chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Gedisa.
- NOBLIA, María Valentina (2004): «La ironía en los chats. Una forma de preservar la imagen y administrar los conflictos en las conversaciones mediadas por computadoras», en Diana BRAVO y Antonio BRIZ-GÓMEZ (eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel, 371-395.
- PAPACHARISSI, Zizi, y OLIVEIRA, Maria de Fatima (2012): «Affective News and Networked Publics: The Rhythms of News Storytelling on #Egypt», *Journal of Communication*, 62, 266-282.

- TISSERON, Serge (2001): *L'intimité surexposée*. Paris: Ramsay.
- VAN DIJK, Teun (2003): *Ideología y Discurso*, Barcelona: Ariel.
- YUS, Francisco (2010): *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*, Barcelona: Ariel.
- YUS, Francisco (2011): *Cyberpragmatics. Internet-Mediated Communication in Context*, Amsterdam y Filadelfia: John Benjamins.

CORTESÍA EN 140 CARACTERES: INTERACCIONES EN TWITTER ENTRE PERIODISTAS Y *PROSUMIDORES*^{*}

Ana Mancera Rueda

Universidad de Sevilla

RESUMEN

El propósito de este artículo es analizar las interacciones entre los periodistas españoles con mayor notoriedad en la Web 2.0 y los seguidores de sus perfiles en la red social Twitter. Estos últimos pueden considerarse *prosumidores*, pues han logrado abandonar la postura pasiva que durante décadas ha caracterizado a la audiencias de los medios de comunicación, para convertirse en productores de contenidos. Mediante el análisis de un corpus de más de mil *tuits*, en este trabajo se trata de demostrar cómo algunos principios en los que se basan las últimas investigaciones sobre el discurso mediado por ordenador son sacrificados en beneficio de la cortesía cuando se da una finalidad interactiva, en la que la protección y el refuerzo de la imagen social son las principales metas.

PALABRAS CLAVE: cortesía, periodismo, discurso mediado por ordenador, Twitter.

ABSTRACT

The aim of this article is to analyze the interactions between Spanish journalists with most notability in the Web 2.0 and the followers of their profiles on the social network Twitter. The latter can be considered as *prosumers*, as they have managed to leave the passive stance that for decades has characterized media audiences, to become content producers. By analyzing a corpus of over a thousand tweets, in this paper it is shown how some principles that are based on the latest research on computer-mediated discourse are sacrificed due to politeness issues when given interactional purposes in that the protection and strengthening of social image are the main goals.

KEY WORDS: politeness, journalism, computer mediated discourse, Twitter.

1. EL SURGIMIENTO DE LOS *PROSUMIDORES*

El acrónimo que figura en el título de este epígrafe resulta de la fusión de los anglicismos *producer* —productor— y *consumer* —consumidor—. Ya en 1972 McLuhan y Nevitt anticipaban dicho concepto, al aventurar que la tecnología electrónica lograría que el usuario de los medios de comunicación pudiera asumir

simultáneamente tanto su función tradicional, como la del productor de contenidos. Y en 1980 Toffler vaticinaba que el advenimiento de los *prosumidores* acabaría con la era de los «medios masificadores». Quizás esta última afirmación nos resulte hoy un tanto exagerada, pues aunque es cierto que el desarrollo de la Web 2.0 ha permitido que un internauta pueda ser capaz de acceder «a la condición de *prosumidor*» (Islas, 2008: 20), esto no ha hecho desaparecer a los medios tradicionales. Sin embargo, si es verdad que los periodistas han tenido que modificar algunas de sus rutinas redaccionales. Así, como trataré de demostrar a lo largo de estas páginas, el surgimiento de Twitter ha contribuido a alterar en cierta medida tales rutinas.

Twitter es una plataforma en línea que ofrece la posibilidad de publicar mensajes de hasta un total de 140 caracteres desde un sitio web, o por medio de SMS, mensajería instantánea y aplicaciones para móviles. Es decir, constituye lo que se denomina una red de *microblogging*, pues de forma similar a las bitácoras permite crear contenidos que, al tiempo que se muestran en la página del perfil del usuario, son difundidos de manera inmediata a otros usuarios que han elegido la opción de recibirlos. De ahí que Twitter suela identificarse también como una red social ya que, al igual que sucede en Facebook o LinkedIn, se basa en la creación de un perfil susceptible de actualizarse periódicamente mediante el envío de mensajes que el emisor puede mostrar públicamente o restringir a miembros de su círculo de amigos.

Según Orihuela (2011), una de las funciones que el uso generalizado de Twitter permite ejercer en los medios de comunicación tiene que ver con su potencial para la identificación de fuentes, tendencias y noticias de alcance. De ahí que los *tuits* se hayan convertido en un sistema de alerta temprana para los medios. No olvidemos que algunos de los acontecimientos de mayor repercusión durante los últimos años se han dado a conocer gracias a mensajes de 140 caracteres enviados por usuarios afectados, por ejemplo, por el terremoto de China de mayo de 2008, por los ataques terroristas de Bombay que tuvieron lugar en noviembre de ese mismo año o por el accidente de avión en el río Hudson de enero de 2009 (Simon, 2008; Parr, 2009; Hermida, 2010). Otra de las ventajas que Twitter ofrece para los periodistas es que por medio de esta red social son capaces de realizar consultas a sus lectores potenciales, logrando así una cierta retroalimentación sobre su trabajo. De hecho, según Lara (2008), la conectividad con las audiencias es una de las principales motivaciones que llevan a los medios a situarse en las redes sociales.

Precisamente a estudiar cómo se lleva a cabo la interacción en Twitter entre los periodistas españoles con mayor repercusión en la Web 2.0 y los *prosumidores* dedicaré las siguientes páginas. Para ello me apoyo en las investigaciones de Spencer-Oatey (2000, 2002), que ha puesto de manifiesto cómo en la gestión de las interacciones sociales suelen realizarse actividades destinadas a mantener, realzar, amenazar

* Este estudio se enmarca en el seno del Proyecto FFI2011-23573, «Variación y adaptación en la interacción lingüística en español», financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, que desarrolla en la actualidad el grupo de investigación *El español hablado en Andalucía* (HUM-134). Agradezco los valiosos comentarios de dos evaluadores anónimos sobre una versión anterior de este trabajo.

o descuidar las buenas relaciones. Además, me han servido de base para este trabajo estudios más recientes que han abordado el análisis de la cortesía y las actividades de imagen en el discurso mediado por ordenador (DMO)¹, como los de Wood y Smith (2005), Androutsopoulos (2006), Herring (2007), Locher (2010) o Placencia (2010).

2. PRESENTACIÓN DEL CORPUS

En España son cada día más los periodistas que deciden abrir su perfil personal en Twitter. Quizás porque esta red de *microblogging* les permite un contacto más directo con sus lectores o con la audiencia de sus programas audiovisuales. De acuerdo con Noguera (2012), periodistas como Ana Pastor, Pedro J. Ramírez o Ignacio Escolar recurren a estrategias similares en Twitter, pues dedican sus *tuits* a contextualizar los contenidos publicados por ellos mismos, pero además ofrecen una información más personal e intercambian opiniones con sus seguidores. Es cierto que, en este caso, se trata de tres periodistas ya muy conocidos² antes de redactar su primer *tuit*, pero el uso recurrente de tales prácticas de interacción con sus seguidores les ha reportado una gran notoriedad en Twitter.

Entre las herramientas creadas para medir la influencia en la Web 2.0, Klout es la más utilizada. En el caso de Twitter su puntuación —que oscila dentro de un rango de uno a cien puntos— tiene en cuenta la cantidad de seguidores de un perfil, el grado de interacción que promueve o el número total de menciones en Internet. Basándose en el «índice Klout», la consultoría de comunicación Burson-Marsteller dio a conocer en abril de 2012 un estudio sobre los usuarios más influyentes en Twitter³. En España la mayoría de ellos son periodistas, pues poseen una gran capacidad para modular el discurso político partiendo de la esfera digital, por encima incluso de los propios políticos. De hecho, de la relación de los diez perfiles con mayor influencia en Twitter llevada a cabo por los autores de este estudio, seis son periodistas, mientras que solo cuatro se dedican a la política. Y es que, como ya hemos tratado de poner de

¹ Denominación que en las últimas décadas ha venido a sustituir a la de *comunicación mediada por ordenador* (CMO) —vigente desde que en 1984 Baron publicó el primer artículo sobre la incidencia que este tipo de interacción comenzaba ya a tener en la lengua inglesa—, por considerarla más acorde con un enfoque que tiene en cuenta la vinculación entre el lenguaje utilizado y las creencias que se comunican en interacciones de índole social.

² Ramírez lo es porque desde 1989 se encuentra al frente de *El Mundo*, uno de los diarios españoles de mayor difusión nacional. Pastor saltó a la fama como presentadora de *Los desayunos de TVE* y actualmente dirige un programa de entrevistas en la CNN. Por último, Escolar cuenta con una presencia muy activa en Internet desde hace años, pues su bitácora *Escolar.net* es hoy uno de los blogs sobre la actualidad política más seguidos. Además, es conocido por su labor al frente del diario *Público*, y en la actualidad dirige el periódico digital *El diario*.

³ El análisis se basa en datos obtenidos en marzo de 2012, según los cuales España ocupa el sexto lugar en el ranking de los países en los que los *tuiteros* poseen mayor potencial para influir en sus seguidores. Cfr. «G-20 Influencers». URL: <http://www.g20influencers.com/index.htm>; 28/02/2013.

manifesto en Mancera y Pano (2013), aunque la presencia de los políticos en esta red social es relevante, su actividad parece limitarse a los períodos de campaña electoral.

De acuerdo con el ranquin de Burson-Marsteller, el primer lugar en la clasificación de los *tuiteros* con mayor influencia en España lo ocupa Jordi Évole⁴ —@jordievole, con un «índice Klout» de 76 puntos—, seguido muy de cerca por Ignacio Escolar —@iescolar, con 74 puntos— y por Pedro J. Ramírez —@pedroj_ramirez, con 73 puntos— y Ana Pastor —@_anapastor_, con 72 puntos—. A continuación, en las posiciones séptima y octava de la lista se sitúan respectivamente Julia Otero⁵ —@julia_oter, con 68 puntos— y Fernando Garea⁶ —@Fgarea, con 66 puntos—. Dada la objetividad de los parámetros en los que se basa el estudio mencionado, he decidido fundamentar mi investigación en el análisis de los mensajes publicados en los perfiles de estos seis periodistas. Y es que, al encontrarse entre los comunicadores con mayor notoriedad en Twitter, sus actividades de imagen podrían considerarse representativas de este grupo profesional. Así, he recopilado un corpus que abarca los *tuits* difundidos por dichos periodistas durante las dos semanas que transcurrieron entre el 28 de enero y el 11 de febrero de 2013. La selección de este corpus me ha parecido lo suficientemente representativa, pues abarca un total de 1.980 *tuits*. Esta cifra engloba, por una parte, los mensajes redactados por cada periodista⁷, que constituyen un total de 990 *tuits*. Por otra parte, he recopilado también el mismo número de textos redactados por los seguidores⁸ de estos perfiles, para poder analizar las interacciones entre ambos.

3. CONDICIONAMIENTOS DISCURSIVOS DE LA INTERACCIÓN EN TWITTER

Como han puesto de manifiesto Herring (2001) o Crystal (2008), el DMO no puede considerarse de manera homogénea, sino en función de las peculiares características de cada género. Por tanto, es preciso tener en cuenta los principales rasgos que condicionan el desarrollo del discurso en Twitter. Así, la comunicación en esta red social suele definirse como simétrica y polifónica (Menna, 2011), ya que cualquier usuario es un potencial emisor de contenidos, y sus mensajes son susceptibles de ser comentados por cualquier otro en cualquier momento. De forma que

⁴ Presentador de *Salvados*, un programa de entrevistas y reportajes sobre la actualidad nacional que se emite todos los domingos en la cadena de televisión privada La Sexta, y que cuenta en el momento de redactar este artículo con elevados índices de audiencia.

⁵ Locutora de radio con más de treinta años de experiencia, que en la actualidad dirige el programa vespertino *Julia en la Onda* en la emisora Onda Cero.

⁶ Correspondiente parlamentario del diario *El País*, uno de los de mayor tirada nacional.

⁷ En ningún caso aquellos en los que este se limita a *retuitear* los contenidos difundidos por otro usuario, sin elaboración propia. Con el verbo *retuitear* se identifica a la acción de reenviar el mensaje redactado por otro internauta para difundirlo entre los propios seguidores.

⁸ Dada la ingente cantidad de *tuits* que un periodista recibe en su perfil diariamente y la dificultad para almacenarlos todos, he recogido únicamente una muestra.

aunque las coordenadas espacio-temporales del enunciador y sus enunciatarios difieren, la inmediatez en el envío y en la recepción de los mensajes crea la impresión de que el canal se encuentra permanentemente abierto. Esto resulta muy positivo para la imagen del periodista, pues le ayuda a presentarse como un individuo cercano a sus lectores, siempre disponible para cualquier consulta vinculada con la actualidad noticiosa. Por ejemplo, tras leer el siguiente *tuit* de Garea,

Garea, F. (@Fgarea)⁹. «@Lo peor de Eurovegas no es la actividad sino la pérdida de soberanía democrática ante una empresa que impone cambios legales para invertir». 08-02-2013. *Tuit*.

una de sus seguidoras le pide una aclaración,

López, Y. (@yiyit_1). «@Fgarea ¿Pq dices lo de la perdida de soberania? pregunto sin segundas intenciones, para informarme y ver opiniones para luego poder opinar». 08-02-2013. *Tuit*.

que el corresponsal parlamentario de *El País* se apresura a responder:

Garea, F. (@Fgarea). «@yiyit_1 Porque la idea viene a sr: Cámbiame las leyes que sino no invierto? Es decir, legisla la multinacional». 08-02-2013. *Tuit*.

Tal vez por eso algunos internautas tengan la impresión de que el periodista se encuentra trabajando en todo momento:

Dolz, Jaime (@jimmybaxx). «@pedroj_ramirez ¿Descansas en algun momento? Si no estas tweeteando, estas en la redaccion. ¡Incluso fines d semana no paras!». 29-01-2013. *Tuit*.

Es muy frecuente que los comunicadores comiencen su actividad en Twitter cada día saludando a sus seguidores y enviándoles un enlace que remite a la noticia que, por el momento, resulta ser la más destacada de la jornada:

Pastor, Ana (@_anapastor_). «Venga vamos a ver quien supera esto hoy.... buenos días. http://economia.elpais.com/economia/2013/02/07/actualidad/1360270022_879827.html...». 07-02-2013. *Tuit*.

Muestran así ser muy conscientes de las exigencias del rol que conlleva su profesión, en la que una de las principales funciones es la de informar al ciudadano. No en vano, como puso ya de manifiesto Goffman (1961: 85), la imagen se encuentra

⁹ Sigo aquí el formato propuesto por la Modern Language Association (MLA) para la citación de *tuits*. Además, he decidido reproducir todos los mensajes tal y como fueron publicados, sin omitir los errores ortográficos ni aquellas otras muestras representativas del subcódigo escrito que está difundiéndose en Internet.

estrechamente vinculada con el rol, un factor que incide en el comportamiento del individuo y que está marcado por su posición social y la situación concreta en la que se ve inmerso en cada momento¹⁰. Este tendrá unas necesidades de imagen determinadas en función de los roles que deba desempeñar en cada interacción comunicativa.

Además de ofrecer información a sus seguidores, el periodista apela directamente a ellos para interesarse por sus opiniones:

Ramírez, Pedro J. (@pedroj_ramirez). «¿Qué os parece el documento que EM reproduce hoy sobre los seguimientos a la ex de Jordi Pujol Ferrusola? ¿Watergate a la catalana?». 12-02-2013. *Tuit*.

De esta forma, al tiempo que difunde sus propios productos periodísticos, se muestra como una persona abierta al diálogo y tolerante, para la que las observaciones de sus lectores resultan de gran relevancia:

Ramírez, Pedro J. (@pedroj_ramirez). «Ya tenéis la Edición Extra sobre la renuncia del Papa en Orbyt. Decidme qué os parece». 11-02-2013. *Tuit*.

Observaciones que agradece,

Évole, Jordi (@jordievole). «Que ganas tenía de volver a leeros comentando Salvados. Muchísimas gracias. Ahora #MatasyUrdangarin». 03-02-2013. *Tuit*.

y que pide constantemente, tratando de generar debate en esta red social:

Escolar, Ignacio (@iescolar). «Todo esto que estamos viendo con Barcenas, su letra y las demandas... ¿no os parece como de guión malo de película?». 04-02-2013. *Tuit*.

Así, a este *tuit* de Escolar respondieron siete internautas mostrando su conformidad con lo asertado por el periodista mediante estrategias que podrían identificarse como reveladoras de cortesía positiva, como el uso del marcador discursivo de modalidad epistémica *claro* —dotado de un valor modal asertivo de evidencia o certeza¹¹— en el primero de estos ejemplos, o el del adverbio modal que aparece en el segundo:

Barahona (@Barahona). «Claro. En eso quieren convertirlo». 04-02-2013. *Tuit*.

Torresburriel (@torresburriel). «Totalmente». 04-02-2013. *Tuit*.

¹⁰ Bravo (1996) y Zimmermann (1998) han identificado distintos tipos de roles según respondan a un macrónivel sociocultural, a una situación comunicativa concreta o a la dinámica discursiva de la interacción —lo que puede justificar su carácter transitorio—. Por ejemplo, Ramírez ejerce en ocasiones de corresponsal deportivo improvisado: Ramírez, Pedro J. (@pedroj_ramirez). «Muy decepcionante este Madrid, sin intensidad en defensa, perdiendo rebotes largos, seleccionando mal el tiro. Laço parece hoy impotente». 07-02-2013. *Tuit*.

¹¹ Cfr. por ejemplo Martín Zorraquino (1993) o Fuentes (1993).

Estos intercambios en Twitter, exponentes de una interacción pública de voces que dan lugar a una percepción de entorno compartido, han sido caracterizados como una muestra de *ecología conversacional*¹². No en vano, uno de los reclamos principales de esta red social es «únete a la conversación». Sin embargo, los intercambios de *tuits* difieren considerablemente de los turnos iniciativos y reactivos que podemos encontrar en el diálogo oral sincrónico, pues nos encontramos ante un tipo de comunicación asincrónica, caracterizada por la falta de presencia física, que impide la transmisión de señales no verbales por medio del cuerpo o de la voz. Pese a ello, como trataré de demostrar a continuación, los internautas han desarrollado una serie de estrategias para intentar reproducir una situación comunicativa similar a la de la conversación prototípica.

4. ESTRATEGIAS PARA RECREAR LA PROSODIA DE LA INTERACCIÓN CONVERSACIONAL

En las interacciones conversacionales la prosodia desempeña una función de considerable importancia. De hecho, como han puesto de manifiesto los investigadores del *Groupe aixois de recherches en syntaxe* (GARS), esta puede llegar a sustentar hasta el noventa por ciento del sentido de los enunciados. De ahí que en los estudios sobre la (des)cortesía en el coloquio¹³ se haga especial hincapié en el análisis de los rasgos entonativos, como elementos esenciales para interpretar el sentido cabal de un enunciado. Sin embargo, dada la escasez de recursos orientadores con los que cuenta la escritura —comillas, puntos suspensivos, signos de exclamación e interrogación y poco más—, no cabe en ella una representación de la prosodia equiparable a la de la conversación. En el DMO esto puede suplirse mediante el empleo de una *escritura ideofonématica* (Torres, 2003), que contribuye a enriquecer el contenido modal de lo asertado, otorgando información sobre el estado de ánimo del emisor, o sobre la actitud desde la que sus palabras deben interpretarse. Por ejemplo, tras conocer la información publicada por el diario *El País* sobre la contabilidad llevaba a cabo por el ex tesorero del Partido Popular Luis Bárcenas, Otero escribe el siguiente *tuit*:

Otero, Julia (@julia_oter0). «#Rajoy. OLA K ASE!!!». 31-01-2013. *Tuit*.

Mediante la utilización del apellido del presidente del Gobierno a modo de etiqueta, la periodista parece invitar a sus seguidores a incluirla también en sus *tuits* con el objeto de que se convierta en tema del momento. Hay que tener en cuenta que algunas horas después de conocerse la noticia, los internautas criticaban a Rajoy por no comparecer ante los medios para explicar la situación de su partido. A él apela también Otero mediante un enunciado con faltas de ortografía en el que la

¹² Según BOYD, GOLDER y LOTAN (2010), Twitter da lugar a un ambiente en el cual las conversaciones producen la sensación emocional de contexto compartido.

¹³ Cfr. por ejemplo CULPEPER, BOUSFIELD y WICHMANN (2003).

modalidad interrogativa del saludo característico de la cortesía formularia —«hola, ¿qué hace?»— se sustituye por la modalidad exclamativa y el uso de las mayúsculas. La naturaleza de dicho enunciado y el uso de las mayúsculas y de los signos de exclamación reiterados no deberían dejar lugar a dudas sobre su finalidad irónica. Así es interpretada por la mayoría de sus seguidores, que le responden con *tuits* como el siguiente, en el que el internauta se sirve de un emotícono y de una etiqueta para mostrar su sorpresa, además de una onomatopeya que representa las carcajadas que la ocurrencia le provoca:

McPhee, Flanagan D. (@FlanaganMcPhee). «@julia_oter O_o #ojipláticomehallo #JAJAJAJA». 31-01-2013. *Tuit*.

Tales recursos pueden considerarse manifestaciones de *cortesía valorizante* (Kerbrat-Orecchioni, 1996), pues muestran la consonancia del enunciador con el comentario de la periodista y el reconocimiento de su ingenio. No obstante, he localizado un caso en el que la intervención reactiva de uno de sus seguidores implica un *acto de amenaza a la imagen* (Brown y Levinson, 1978 [1987]):

Lobato, Andrea (@andreealobato). «Un tweet muy profesional, sí. «@julia_oter: #Rajoy. OLA K ASE!!!». 31-01-2013. *Tuit*.

En este ejemplo la internauta *retruitea* la intervención de Otero, a la que hace preceder por un enunciado valorativo cuya connotación positiva se torna en negativa, pues solo puede entenderse en sentido reprobatorio. Dicha *contradicción argumentativa* (Berrendonner, 1987), con la que la figura del locutor se disocia del enunciador, induce a la interpretación irónica. A este mensaje responde otro internauta con un nuevo acto de amenaza a la imagen en forma de ataque *ad hominem* sobre sus facultades mentales:

RajoyitoFullHD (@ustednoesyo). «@julia_oter @andreealobato Andrea se llama sentido del humor, ironía fina. Pero Andrea para entenderlo es necesaria cierta dosis de inteli». 31-01-2013. *Tuit*.

Dada la facilidad que existe en los teclados actuales para escribir una misma grafía, es frecuente encontrar también reiteraciones gráficas con las que trata de representarse la prosodia particular que en la lengua hablada conllevaría cierta aserción. Por ejemplo, al cumplido de una de sus seguidoras,

Berlín, Virginia (@VirginiaBerlin). «Qué tranquilidad da tener en TV un programa como @salvadostv entre tanta manipulación política e informativa. #verlatelesin-pistolaenlamano». 03-02-2013. *Tuit*.

responde Évole enviándole un saludo tras una apelación directa en la que el grafema final de su nombre propio aparece reiterado:

Évole, Jordi (@jordievole). « @VirginiaBerlin @salvadostv Virginiaaaaaaa!!! Un besazo!!!». 03-02-2013. *Tuit*.

A su vez esta le corresponde con otro saludo en el que el sustantivo *máquina* funciona a modo de *enfocador de la alteridad* (Martín Zorraquino y Portolés, 1999) de carácter ponderativo, que contribuye a acortar la distancia interpersonal:

Berlín, Virginia (@VirginiaBerlin). «@jordievole @salvadostv Otro para tiiiiiiiiiiiiii máquina !!!!!». 03-02-2013. *Tuit*.

Con la repetición fonémática se intentan reproducir las exageraciones entonativas producidas en contextos físicos, y que tan relevantes son para la correcta atribución de sentimientos y emociones asociados a los enunciados emitidos. Así, «otro para tiiiiiiiiiiiiii» refleja un nivel suplementario de alegría —actitud afectiva subyacente— en la ejecución del acto de habla de saludo, algo que se lleva a cabo también oralmente, por ejemplo, en conversaciones telefónicas. Si bien en este caso se intenta reproducir con el teclado.

Y lo mismo podría decirse de las mayúsculas, que intentan reflejar la subida de tono que habría sido comunicada oralmente si los interlocutores se hubieran encontrado cara a cara, como sucede en estos mensajes de felicitación que recibió Évole minutos después de saberse que había sido galardonado con el Premio Internacional de Periodismo Manuel Vázquez Montalbán:

Abadía, Gonzalo (@gonzalo_abadia). «@ Querido @jordievole: ENHORABUENA por el premio. De parte de toda la familia con especial abrazo de @viajeroninja y de @perro_Helmut». 29-01-2013. *Tuit*.

Chinina (@Mcarmenorihuela). «@jordievole @revillamiguela También opino lo mismo MERECIDISIMO.....». 29-01-2013. *Tuit*.

Estos ejemplos podrían llevarnos a replantear las observaciones de algunos estudios sobre el DMO (cfr. por ejemplo Spinks *et al.*, 1999), que suelen censurar el uso de las mayúsculas por contradecir la *netiqueta*, al considerar que su empleo equivale a «hablar a gritos». En cambio, considero que tal recurso podría identificarse también entre las estrategias de afiliación utilizadas por los internautas para recrear la información paralingüística existente en la interacción conversacional.

5. ESTRATEGIAS PARA SUPLIR LA FALTA DE INFORMACIÓN VISUAL PROPORCIONADA A TRAVÉS DEL CANAL

Según la *teoría de la presencia social* desarrollada por Byrne (1994), la cantidad de información sobre los elementos proxémicos y cinésicos de los interlocutores susceptibles de ser transmitidos por un determinado canal de comunicación puede llegar a modificar su presencia social. De acuerdo con esta hipótesis, cuanto

menor sea la información de este tipo mayor impersonalidad tendrán los mensajes, que se encontrarán más orientados a actividades meramente transaccionales, hasta llegar a una completa ausencia de intersubjetividad provocada por la falta de pistas contextuales apropiadas. No obstante, los *tuits* analizados demuestran la invalidez de dicha teoría. Y es que podrían hacerse extensibles a la comunicación en Twitter las observaciones de Yus (2010) sobre la práctica cotidiana de la interacción en los chats, en los que «los usuarios poseen una sorprendente capacidad para compensar la *frialdad* del medio y alcanzar, de forma inesperada, un nivel de intersubjetividad similar al que puede obtenerse en situaciones cara a cara».

Al igual que hemos visto en el epígrafe anterior, los signos de puntuación convencionales son los principales procedimientos de los que se sirve el internauta para tratar de reflejar en la escritura la información visual no susceptible de comunicarse mediante el canal, aunque en este caso tales signos se combinan dando lugar a los *emoticonos*¹⁴ para mostrar las expresiones en el rostro de una persona. Sin embargo, frente a los gestos faciales, simultáneos con lo lingüístico y con frecuencia involuntarios, los emoticonos tienen naturaleza ostensiva y anteceden o suceden a los elementos verbales (Sanmartín, 2007: 79). Muchas veces contribuyen a enriquecer el contenido modal de lo dicho, mostrando información sobre el estado de ánimo del enunciador, como podemos apreciar en este *tuit*, en el que el emotícono representa una amplia sonrisa para mostrar que el periodista no parece haber tomado demasiado mal las críticas hacia su manera de escribir:

Ramírez, Pedro J. (@pedroj_ramirez). «Pero me esmero mucho :)» «@GeorgeBorges: @pedroj_ramirez @alfonso_ussia joder Pedro si escribes fatal». 29-01-2013. *Tuit*.

Además de mostrar asentimiento, como manifiesta Otero en respuesta al elogio de uno de sus seguidores,

Otero, Julia (@julia_oter0). «Presunción de impunidad, de Julia Otero <http://www.elperiodico.com/es/noticias/julia-otero/presuncion-impunidad-julia-otero-2307736> ... via @elperiodico_cas». 01-02-2013. *Tuit*.

Lacalle, Daniel (@delacalle). «@julia_oter0 @elperiodico_cas «como quien te invita a entrar en Ikea y salir con un salón metido a trozos en el carro» excelente». 01-02-2013. *Tuit*.

Otero, Julia (@julia_oter0). «@dlacalle :))). 01-02-2013. *Tuit*.

o descontento¹⁵,

¹⁴ Cfr. por ejemplo los diccionarios de *smileys* elaborados por GODIN (1993) o por SANDERSON (1993).

¹⁵ Si bien esto último en los *tuits* redactados por los propios periodistas se manifiesta mediante emoticonos en escasas ocasiones, quizás porque estos prefieren justificar su insatisfacción verbalmente.

Sintetia (@sintetia). ««Hacienda paraliza fondos para I+D» creando una sociedad pro-ciencia :(<http://j.mp/WFDc7d> más innovación y menos corrupción!». 01-02-2013. *Tuit*.

en nuestro corpus he identificado cómo los emoticonos cumplen diversas funciones pragmáticas, pues por ejemplo pueden comportarse como *claves contextualizadoras* (Gumperz, 1992) que actúan a modo de indicaciones semióticas de gran utilidad en la descodificación del sentido de un *tuit*, especialmente cuando nos encontramos ante casos de ironía no basados en la simple contradicción de significados. Por ejemplo, la difusión por parte de Pastor del enlace a una entrevista en la que un periodista de la BBC realiza una serie de preguntas inquisitivas a la ministra de Economía del Reino Unido,

Pastor, Ana (@_anapastor_). «¿Cómo serían nuestros políticos si tuvieran que enfrentarse a este tipo de entrevistas? #pregunto http://youtu.be/PSNoa_VVVAI». 07-02-2013. *Tuit*.

provoca una serie de reacciones entre sus seguidores, que recuerdan la etapa en la que esta se encontraba al frente de *Los desayunos de TVE*. Alguna de ellas es *retuiteada* por la propia periodista,

Pastor, Ana (@_anapastor_). «Ja ja q malo! '@romadiz: @_anapastor_ me recuerda a cuando tenías que repetir la pregunta para q respondieran lo preguntado, srta Rotenmeyer'. 07-02-2013. *Tuit*.

a la que una internauta responde con una intervención que concluye con un emoticono que simboliza un guiño, para subrayar su intencionalidad irónica:

Ruiz Vique, Aurora (@AuroraRuizVique). «@_anapastor_ @romadiz Rotenmeier no, mujer razonable. Es lógico q si no se responde lo preguntado se repita la cuestión por los q la oyen ;». 07-02-2013. *Tuit*.

Pero, por encima de todo, los emoticonos que aparecen en nuestro corpus constituyen estrategias de cortesía, pues sirven para mostrar la complicidad con el interlocutor. Unas veces apoyando lo ya explicitado verbalmente de manera previa, como hacen estos seguidores de Pastor, que acompañan sus cumplidos hacia la presentadora con un *guiño* o una *sonrisa*:

Domenech, Mercedes (@m_domenech). «@_anapastor_ @DebatAlRojoVivo Gracias por tu energía ;». 01-02-2013. *Tuit*.

Montes, Julio (@Montesjulio). «@Rafacereceda @_anapastor_ Grande :». 06-02-2013. *Tuit*.

Otras veces el emoticono constituye el único contenido de una intervención reactiva, pues la mera representación gestual de este tipo puede interpretarse como un acto de cortesía positiva dirigido hacia el apelado:

Pastor, Ana (@_anapastor_). «Enhorabuena al equipo de @debatalrojovivo por el dato de audiencia y sobre todo por el programa. #periodismo». 01-02-2013. *Tuit*.

Sanabria, Luis (@sanabria_luis). «@_anapastor_ Muchas gracias. Seguiremos en la batalla». 01-02-2013. *Tuit*.

Pastor, Ana (@_anapastor_). «@sanabria_luis :-»). 01-02-2013. *Tuit*.

Aunque también es posible encontrar casos en los que la presencia del emotícono sirve para mitigar la fuerza de un acto disentivo, como se aprecia en la respuesta al siguiente *tuit* de Évole,

Évole, Jordi (@jordievole). «Me quedo con la frase de Rafael Bengoa: «La sanidad pública no es una ruina. Es el mayor logro de los 40 años de democracia»». 10-02-2013. *Tuit*.

en la que uno de sus seguidores, tras manifestar su desacuerdo con el enunciado de discurso referido citado por el periodista, se sirve de un *guin* para suavizar su crítica y compensar las posibles implicaturas negativas de lo dicho:

Salom Andrés, Luis (@LuisSalom). «@jordievole y #yosomodeloalzira para GARANTIZAR el futuro de la Sanidad pública con una gestión eficiente para los próximos 40 años ;-»). 10-02-2013. *Tuit*.

Un comentario que Évole opta por no rebatir, aunque sí lo hacen sus seguidores, recurriendo incluso a ataques *ad hominem* que suponen actos de amenaza a la imagen:

Gómez, Fernando (@fer_mero). «@LuisSalom @jordievole uffff... otro enchufado...». 10-02-2013. *Tuit*.

6. CORTESÍA VERSUS ECONOMÍA LINGÜÍSTICA

Como advierte Darics (2010), resulta un lugar común la observación de que los intercambios en el DMO se rigen por la economía lingüística. Así lo han puesto de manifiesto Murray (1990) o Rintel y Pittam (1997), entre otros. Es cierto que en el caso de Twitter la propia idiosincrasia del medio, que impone la limitación de que los mensajes no cuenten con más de 140 caracteres, propicia la *hipersimplificación* (Morala, 2001) de los enunciados¹⁶. No obstante, aunque la economía lingüística ha sido identificada como uno de los grandes principios que rigen los intercambios en la Red, el análisis que he llevado a cabo sugiere que cuando se da una finalidad

¹⁶ Algo, por otra parte, muy frecuente en el discurso periodístico digital, como ya he tratado de poner de manifiesto en MANCERA (2011).

fundamentalmente interactiva, en la que la protección y el refuerzo de la imagen social son las principales metas, la economía suele ser *sacrificada* en favor de la cortesía. Por ejemplo, a pesar de que el uso de la *cortesía formularia* (Coulmas, 1981) en Twitter implica disponer de una serie de caracteres que se sustraen a los 140 de los que dispone el usuario para formular su mensaje, ni los periodistas renuncian a ella,

Pastor, Ana (@_anapastor_). «Y a las 9 el paro....buenos días. Por decir algo». 03-02-2013. *Tuit*.

ni sus seguidores:

Jiménez Cara, Sonia (@sjcjsxpsj). «@SUMAROS @pedroj_ramirez Ojalá a fuerza de desearnos buenos días, los tuviésemos. Buenos días para ti también!!!!». 04-02-2013. *Tuit*.

No faltan tampoco enunciados que evocan fórmulas de saludo gramaticalizadas en la conversación prototípica, por mucho que estas no casen demasiado bien con las particularidades del canal:

Garea, Fernando (@Fgarea). «@marhedo alegría «verte»». 30-01-2013. *Tuit*.

Y abundan las palabras de agradecimiento,

Mendoza H., Blanca Eva (@blancaeva4life). «@julia_otero @ESADE *Gracias, gracias* *gracias* Súper J.O! Soy tu hincha+15 <http://xn--aos-7ma.1pgta.Sr.Fábregas:Network Marketing NUEVA ECONOMÍA?;->». 06-02-2013. *Tuit*.

o las felicitaciones:

Escolar, Ignacio (@iescolar). «*Enhorabuena* a los compañeros de El País por la exclusiva: Los papeles secretos de Bárcenas <http://kcy.me/ep47>». 30-01-2013. *Tuit*.

El uso de estas fórmulas rituales por parte del periodista constituye una estrategia de afiliación que fortalece su imagen, al mostrarse no solo como alguien educado, sino también como un individuo capaz de reconocer los logros de los demás y de agradecer sus aportaciones, dando así muestras de *cortesía positiva, de confianza o de solidaridad*¹⁷.

Pero además he detectado cómo la cortesía formularia cumple en los *tuits* otras dos funciones adicionales. Por una parte, y aunque la comunicación en Twitter es asíncrona, resulta frecuente que el periodista recurra a saludos como *buenos días* o *buenas* para escenificar la apertura del canal, es decir, como una forma de mostrar

¹⁷ Sobre estos conceptos cfr. por ejemplo HICKEY (1991), VÁZQUEZ (1995) o LORENZO-DUS (2001).

que acaba de acceder a su perfil y que se encuentra dispuesto a interactuar con sus seguidores:

Pastor, Ana (@_anapastor_). «Venga vamos a ver quien supera esto hoy.... buenos días. http://economia.elpais.com/economia/2013/02/07/actualidad/1360270022_879827.html». 07-02-2013. *Tuit*.

Por el contrario, tras la sucesión de una serie de turnos iniciativos y reactivos intercambiados entre el periodista y uno de sus seguidores, es frecuente que el primero recurra a una fórmula ritualizada de despedida para mostrar que da por terminada la interacción con ese usuario —lo que no evita que siga interactuando con otros seguidores—:

Garea, Fernando (@Fgarea). «Esperanza Aguirre descalifica a Cospedal, se enfrenta a Botella y censura a Mato en una reunión del PP de Madrid (Mañana en ELPAÍS)». 06-02-2013. *Tuit*.

Msoleto (@msoleto). «@Fgarea y de sus compañeros masculinos de partido no tenía nada que decir o es que no te cabía en twit?». 06-02-2013. *Tuit*.

Garea, Fernando (@Fgarea). «@msoleto las tres son las más importantes de las que ha hablado. (Buenas noches)». 06-02-2013. *Tuit*.

Asimismo, la cortesía formularia puede servir en los *tuits* de los periodistas como estrategia para responder ante un acto de amenaza a su imagen, tratando de minimizar su impacto al aparentar mostrar que no se dan por ofendidos. Por ejemplo, ante esta increpación hacia los periodistas de *El País* —que gracias a la información contextual puede interpretarse como una acusación indirecta de difundir unos documentos falsos—,

Ferrer, Rafael (@rafaelborox). «@Fgarea ¿Como vais a quedar los periodistas de EL PAÍS, después del fiasco con los papales [sic] de BARCENAS?, no sentís verguenza?». 07-02-2013. *Tuit*.

el correspolosal parlamentario de este diario le responde con una somera fórmula de agradecimiento:

Garea, Fernando (@Fgarea). «@rafaelborox gracias». 07-02-2013. *Tuit*.

De esta forma elude el enfrentamiento pero sin dar la callada por respuesta, mostrándose así ante el resto de sus seguidores como una persona aparentemente capaz de encajar las críticas y dispuesta a interactuar en todo momento, contestando a los *tuits* que se le dirigen. Además, con este comportamiento no solo su imagen sale beneficiada, sino que su impacto en Twitter se ve incrementado, lo que repercute favorablemente en la magnitud de los parámetros con los que su perfil es evaluado de acuerdo con la herramienta Klout —recordemos que esta tiene muy en cuenta el grado de interacción con otros internautas—.

7. CONCLUSIÓN

El desarrollo de la Web 2.0 podría conducirnos a una nueva interpretación de la teoría de la *agenda-setting* (McCombs y Shaw, 1972), de acuerdo con la cual las audiencias de los medios de comunicación han abandonado su actitud pasiva para interactuar con los periodistas incidiendo en el propio discurso informativo. En el caso de Twitter, aunque las peculiaridades del canal permiten tan solo una comunicación asíncrona, en la que no tienen cabida ni los elementos prosódicos ni los rasgos proxémicos y cinésicos característicos de la interacción cara a cara, los periodistas y sus seguidores han desarrollado una serie de estrategias para recrear la ecología conversacional. En este contexto la cortesía y las actividades de imagen desempeñan un papel muy importante, tanto más cuanto que las estrategias habituales en situaciones cara a cara pueden ser hasta cierto punto transferibles al DMO.

Por ejemplo, he tratado de poner de manifiesto cómo a través de su perfil en esta red social los periodistas tratan de acortar la distancia interpersonal mediante una serie de actividades de gestión de la imagen encaminadas a paliar en cierta medida las consecuencias de la distancia física que los separa de quienes les siguen en Twitter. Así, al tiempo que se muestran como personas conscientes de las exigencias que su rol profesional conlleva —preocupadas por informar al ciudadano y disponibles en todo momento para aclarar sus dudas sobre la actualidad noticiosa—, expresan sus opiniones y sentimientos, y se presentan como individuos abiertos al diálogo, para los que las observaciones de sus seguidores resultan de gran relevancia. Además, con el doble objetivo de tomar el pulso a la opinión pública y de contar con un índice Klout más elevado, es frecuente que planteen desde su perfil cuestiones que incentivan el debate.

Por su parte, los *prosumidores* dedican también al periodista numerosos *tuits* en los que predominan los actos de alabanza hacia su imagen, en forma de halagos que ponderan su inteligencia o su capacidad de trabajo. A ellos cabe añadir las múltiples manifestaciones de acuerdo con lo dicho o hecho por estos, lo que redunda por tanto en beneficio de la llamada cortesía de solidaridad. De esta forma se refuerza —de manera directa o indirecta— la imagen de los destinatarios de este tipo de *tuits*, en los que los seguidores de estos a los que podríamos denominar *líderes de opinión* hacen uso de una cortesía valorizante, al tiempo que exhiben una pretendida familiaridad¹⁸ con ellos, potenciando así su necesidad de afiliación.

RECIBIDO: marzo de 2012. ACEPTADO: octubre de 2013

¹⁸ Nada extraña esto si tenemos en cuenta que, según CARRASCO (1999), es precisamente en las relaciones de familiaridad en las que se hace un uso más recurrente de la cortesía positiva, logrando un mayor refuerzo de las relaciones sociales.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDROUTSOPoulos, Jannis (2006): «Introduction: Sociolinguistics and computer-mediated Communication», *Journal of Sociolinguistics* 10 (4): 419-438.
- BARON, Naomi S. (1984): «Computer-mediated communication as a force in language change», *Visible Language* 18 (2): 118-141.
- BERRENDONNER, Alain (1987): *Elementos de Pragmática Lingüística*, Barcelona: Gedisa.
- BOYD, Danah M., Scott GOLDER y Gilad LOTAN (2010): «Tweet tweet retweet: Conversational aspects of retweeting on Twitter», *Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaï, HI, IEEE Press. URL: <http://csdl.computer.org/dl/proceedings/hicss/2010/3869/00/03-06-04.pdf>; 23/12/2012.
- BRAVO, Diana (1996): *La risa en el regateo: Estudio sobre el estilo comunicativo de negociadores españoles y suecos*, Estocolmo: Stockholms Universitet / Edsbruk Akademi-Tryck AB.
- BROWN, Penélope y Stephen C. LEVINSON (1978 [1987]): *Politeness: Some universals in language usage*, Cambridge: Cambridge University Press.
- BYRNE, Elizabeth (1994): *The Formation of Relationships on Internet Relay Chat*, Sydney: Universidad de Western Sydney, BA Thesis.
- CARRASCO SANTANA, Antonio (1999): «Revisión y evaluación del modelo de cortesía de Brown y Levinson», *Pragmalingüística* 7: 1-44.
- COULMAS, Florian (1981): «Introduction: Conversational routine», en Florian COULMAS (ed.), *Conversational routine: Explorations in standardized communication situations and prepatterned speech*, The Hague: Mouton, 1-17.
- CRYSTAL, David (2008): *Txtng. The Gr8 Db8*, Oxford / Nueva York: Oxford University Press.
- CULPEPER, Jonathan, Derek BOUSFIELD y Anne WICHMANN (2003): «Impoliteness revisited: With special reference to dynamic and prosodic aspects», *Journal of Pragmatics* 35 (1.011): 1.545-1.579.
- DARICS, Erika (2010): «Politeness in computer-mediated discourse of a virtual team», *Journal of Politeness Research* 6: 129-150.
- DAWKINS, Richard (1976): *The Selfish Gene*, Oxford: Oxford University Press.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (1993): «Claro: modalización y conexión», en Catalina FUENTES RODRÍGUEZ (ed.), *Sociolinguística andaluza*, 8, *Estudios sobre el enunciado oral*, Sevilla: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, 99-126.
- GODIN, Seth (1993): *The Smiley Dictionary*, Berkeley: Peachpit Press.
- GOFFMAN, Erving (1961): *Encounters*, Indianápolis: Bobs-Merril Educational.
- GUMPERZ, John J. (1992): «Contextualization and understanding», en Alessandro DURANTY y Charles GOODWIN (eds.), *Rethinking context: Language as an interactive phenomenon*, Cambridge: Cambridge University Press, 229-252.
- HERMIDA, Alfred (2010): «Twittering the News», *Journalism Practice* 4 (3): 297-308.
- HERRING, Susan C. (2001): «Computer-Mediated Discourse», en Deborah SCHIFFRIN, Deborah TANNEN y Heidi E. HAMILTON (eds.), *The Handbook of Discourse Analysis*, Oxford: Blackwell, 612-634.
- HERRING, Susan C. (2007): «A faceted classification scheme for computer-mediated discourse», *language@internet* 4. URL: <http://www.languageatinternet.de/articles/761>; 02/02/2013.

- HICKEY, Leo (1991): «Comparatively polite people in Spain and Britain», *Association for Contemporary Iberian Studies* 4: 2-6.
- ISLAS CARMONA, José Octavio (2008): «El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad», *Palabra Clave* 11 (1): 29-39.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (1996): *La conversation*, París: Seuil.
- LARA, Tíscar (2008): «La nueva esfera pública. Los medios de comunicación como redes sociales», *Telos* 76. URL: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=9&rev=76.htm>; 23/12/2012.
- LOCHER, Miriam A. (2010): «Introduction: Politeness and impoliteness in computer-mediated communication», *Journal of Politeness Research* 6: 1-5.
- LORENZO-DUS, Nuria (2001): «Compliment responses among British and Spanish university students: A contrastive study», *Journal of Pragmatics* 33:107-127.
- MANCERA RUEDA, Ana (2011): *¿Cómo se «habla» en los cibermedios? El español coloquial en el periodismo digital*, Berna: Peter Lang.
- MANCERA RUEDA, Ana y Ana PANÓ ALAMÁN (2013): *El discurso político en Twitter*, Barcelona: Anthropos.
- MARTÍN ZORRAQUINO, María Antonia (1993): «Algunas observaciones sobre *claro* como operador pragmático en español actual», en Gerold HILTY (ed.), *xx Congrès International de Linguistique et Philologie Romanes. Tome 1. Section I -La phrase*, Tübingen / Basilea: Francke Verlag, 467-478.
- MARTÍN ZORRAQUINO, María Antonia y José PORTOLÉS LÁZARO (1999): «Los marcadores del discurso», en Ignacio BOSQUE y Violeta DEMONTE (eds.), *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid: Espasa, 4.051-4.213.
- McCOMBS, Maxwell y Donald L. SHAW (1972): «The agenda-setting function of mass media», *Public Opinion Quarterly* 36: 176-185.
- MC LUHAN, Marshall y Barrington NEVITT (1972): *Take Today: The Executive As Dropout*, Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.
- MENNA, Laura (2011): «Un acercamiento sociopragmático al uso de la lengua en Twitter», Tesis de Máster, Universitat de Barcelona. URL: <http://www.slideshare.net/lauramenna/degree-dissertation-12525912>; 23/12/2012.
- MORALA RODRÍGUEZ, José Ramón (2001): «Entre arrobas, eñes y emoticones», II CILE. *Nuevas fronteras del español: lengua y escritura en Internet*. URL: http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/nuevas_fronteras_del_espanol/4_lengua_y_escritura/morala_j.htm; 26/03/2013.
- MURRAY, Denise E. (1990): «CmC», *English Today* 6 (3): 42-46.
- NOGUERA VIVO, José Manuel (2012): *Redes y periodismo. Cuando las noticias se socializan*, Barcelona: Editorial UOC.
- ORIHUELA, José Luis (2011): *Mundo Twitter*, Madrid: Alienta Editorial.
- PARR, Ben (2009): «Mindblowing #IranElection Stats: 221,744 tweets per hour at peak», *Blog Mashable*, 17/06/2009. URL: <http://mashable.com/2009/06/17/iranelection-crisis-numbers>; 03/04/2012.
- PLACENCIA, María Elena (2010): «Yahoo! Respuestas como columna de consejos: algunos rasgos de un género híbrido», *Tonos digital* 20: 1-24. URL: <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/601>; 27/03/2013.

- RINTEL, Sean E. y Jeffrey PITTAM (1997): «Strangers in a strange land: Interaction management in internet relay chat», *Human Communication Research* 23 (4): 507-543.
- SANDERSON, David (1993): *Smileys*, Sebastopol CA: O'Reilly & Associates.
- SANMARTÍN SÁEZ, Julia (2007): *El chat. La conversación tecnológica*, Madrid: Arco/Libros.
- SIMON, Mallory (2008): «Student 'Twitters' his way out of Egyptian jail», *CNN.com*, 25/04/2008. URL: <http://edition.cnn.com/2008/TECH/04/25/twitter.buck>; 23/12/2012.
- SPENCER-OATEY, Helen (2000): «Rapport management: A framework for analysis», en Helen SPENCER-OATEY (ed.), *Culturally Speaking Managing Rapport through Talk across Cultures*, Londres: Continuum, 11-45.
- SPENCER-OATEY, Helen (2002): «Managing rapport in talk: Using rapport sensitive incidents to explore the motivational concerns underlying the management of relations», *Journal of Pragmatics* 34: 529-545.
- SPINKS, Nelda, Baron WELLS y Melanie MECHE (1999): «Netiquette: A behavioral guide to electronic business communication», *Corporate Communication: An International Journal* 4 (3): 145-155.
- TOFFLER, Alvin (1980): *La tercera ola*, Barcelona: Plaza & Janés.
- TORRES I VILATARSANA, Marta (2003): «La llengua catalana en la comunicació a Internet: questió de codis», *Llengua i ús. Revista Técnica de Política Lingüística* 26: 77-82.
- VÁZQUEZ ORTA, Ignacio (1995): *A contrastive study of politeness phenomena in England and Spain. Applied and Interdisciplinary Papers* 267, Duisburg: L.A.U.D.
- WOOD, Andrew F. y Matthew J. SMITH (2005): *Online communication: Linking technology, identity, and culture*, Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- YUS RAMOS, Francisco (2010): *Ciberpragmática 2.0: Nuevos usos del lenguaje en Internet*, Barcelona: Ariel.
- ZIMMERMANN, Klaus (1998): «Identity, context and interaction», en Charles ANTAKI y Susan WIDDICOMBE (eds.), *Identities in talk*, Londres: Sage, 87-106.

LA ESTRATEGIA PERSUASIVA A TRAVÉS DE LA INTERROGACIÓN EN EL EDITORIAL PERIODÍSTICO

Javier Medina López

Instituto Universitario de Lingüística Andrés Bello
Universidad de La Laguna

RESUMEN

En este artículo se analizan algunas de las características de los editoriales del periódico de Tenerife *El Día*. El autor se centra en el valor pragmático-discursivo que tienen las abundantes estructuras interrogativas. En la primera parte se estudia la tipología del editorial y sus diferentes manifestaciones y se pone de relieve cómo dentro de la argumentación la persuasión tiene un valor destacado y cumple una finalidad. En la segunda sección, se analizan los esquemas interrogativos seleccionados y el sentido de los mismos. Los textos manifiestan que estamos ante una tipología editorial combativa y se constatan, además, numerosas estrategias de descortesía verbal que dañan la imagen pública de las personas e instituciones aludidas en el periódico.

PALABRAS CLAVE: Español en los medios de comunicación, pragmática, interrogativas, argumentación, persuasión, lengua española.

ABSTRACT

This article discusses some of the characteristics of the editorials of *El Día*, a newspaper published in Tenerife. The author focuses on the pragmatic value-discursive interrogative structures are abundant. In the first part we study the typology of the editorial and its various manifestations and it highlights how within argumentation persuasion is an outstanding value and is serving a purpose. The second section discusses selected interrogative patterns and their meaning. The texts state that we have a combative publishing type, and confirm also numerous impoliteness strategies that damage the public image of the people and institutions mentioned in the newspaper.

KEY WORDS: Spanish in the mass media, pragmatic, interrogative, argumentation, persuasion, Spanish language.

1. PRESENTACIÓN

El objetivo de este trabajo es estudiar el contexto comunicativo en el que se producen las estructuras interrogativas aparecidas en los editoriales del periódico tinerfeño *El Día*. Los datos del Estudio General de Medios (EGM) indican que se trata del rotativo que cuenta con el mayor número de lectores de las Islas Canarias, en

franca competencia con los demás periódicos que salen a la calle en Tenerife (*Diario de Avisos* y *La Opinión de Tenerife*) y en Gran Canaria (*La Provincia* y *Canarias7*).

En algunos trabajos míos anteriores ya he estudiado el valor lingüístico que poseen estos textos publicados en los últimos años por el diario de Tenerife (Medina López 2012a, 2012b, 2013a y 2013b) desde distintas perspectivas, aunque siempre en el ámbito de la sociopragmática, tal y como la conciben Bravo y Briz (2004). El interés por analizar los textos periodísticos de opinión tiene que ver con la permanencia que los mismos suponen frente a otras modalidades, la propia configuración del español en los medios de comunicación y, en particular, las especiales características que se dan en los editoriales del periódico canario.

Acercarse a las peculiaridades de este material de opinión exige —ya sea sucintamente— conocer varios aspectos que atañen a los entresijos del mundo de la comunicación en las Islas Canarias (repartido entre Tenerife y Gran Canaria)¹, cuál ha sido su devenir histórico, el (des)equilibrio de fuerzas en el mismo, el consabido pleito insular, el desarrollo económico de las clases burguesas y populares en ambos territorios, la pugna por lograr cotas de poder político, etc. En este panorama, los grupos empresariales de comunicación han ido tomando partido por cada una de las cuestiones y los problemas que generó la fragmentación histórica provincial, apoyando implícita o explícitamente a los sectores políticos y socioeconómicos radicados en cada isla. Si bien esto es así, igualmente lo es el hecho de que no puede reducirse la lectura de estos editoriales solo tomando como base la rivalidad capitalina (Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria) y sus secuelas periodísticas aunque es, no obstante, una realidad de peso en este particular. La forma en la que están redactados los editoriales de *El Día*, por un lado, y la decidida apuesta independentista² (y por tanto de ruptura con el constitucionalismo español), por otro, son algunos de los aspectos que más llaman la atención.

Los editoriales de *El Día* producen asombro en gran parte de la opinión pública y en la clase política³, pero también empatía en todos aquellos sectores que siguen y defienden sus mismas tesis. Desde la óptica de la crítica textual, estos escritos abarcan distintos planos del análisis: español en los medios de comunicación, estilos argumentativo y persuasivo, teoría de la (des)cortesía, etc. Dado que ha habido, según

¹ Aunque son muchas las referencias que semanalmente podemos encontrar en estos editoriales, véase el del día 8 de marzo de 2012 que se titula «Lecciones de periodismo desde la tercera isla», donde se podrá entender, en buena medida, la génesis de no pocos comentarios sobre la primacía ideológica y la labor de guía que ejerce el periódico *El Día* «centrada en la defensa de Tenerife y del pueblo canario», según sus propias palabras.

² Un claro mensaje es el que aparece en la edición impresa del día 6 de marzo de 2012. En efecto, el editorial, que ocupa toda la primera página, se titula: «España, Marruecos, la Justicia, la hez del periodismo y el Gobierno de Coalición Canaria». En el mismo aparecen 6 fotografías de sendos políticos insulares a los que se les califica de «calamitosos e inútiles».

³ Como la del 24 de septiembre de 2008 en una «Declaración Institucional del Parlamento de Canarias». En la misma se rechazan los ataques a la «unidad de los canarios y la dignidad de la Isla de Gran Canaria, y sus ciudadanos, así como a las ideas xenófobas y a la incitación a la subversión del orden constitucional, que reiteradamente se defienden en «El Editorial» del periódico *El Día*».

mis datos, escasos acercamientos a este material desde estas perspectivas, es por lo que me he adentrado en el estudio de ellos, destacando el componente descortés y el concepto de imagen (*face*, según la revisión de Brown y Levinson 1987) que se emplea en los mismos⁴.

2. ARGUMENTAR Y PERSUADIR EN EL EDITORIAL

La conocida propuesta de Ascombe y Ducrot (1994) sobre la argumentación en la lengua señala que todo acto lingüístico persigue, en esencia, una finalidad que lleva a la conclusión. Así lo confirma Stati (1990: 63): «estrategia por medio de la cual un hablante, expresándose en una lengua natural, llega a sacar conclusiones válidas», idea recogida por varios investigadores en el ámbito hispánico (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara 2002:13; Gutiérrez Ordóñez 2002: 237). Para las dos primeras, la argumentación es propia del discurso, al margen de la tipología y características que el mismo posea, dado que así siempre tendrá una finalidad, aunque bien es cierto que hay algunos discursos en los que este tipo de mecanismos argumentativos está más presente, como son los casos de la publicidad, el discurso político y jurídico, ciertos géneros periodísticos, etc. A parecidos planteamientos llega Gutiérrez Ordóñez (2002: 59-60), para el cual «toda argumentación tiene como objetivo modificar el estado de conocimiento de nuestros interlocutores» o, en un acto que va más allá, «argumentar es una actividad perlocutiva (destinada a influir sobre nuestros interlocutores), consistente en aducir razones en favor de una determinada conclusión» (Gutiérrez Ordóñez 2002: 60-61). Los actos argumentativos están relacionados con la retórica, disciplina que Gutiérrez Ordóñez define como la «ciencia de la persuasión». Por ello, el discurso persuasivo busca ciertas estrategias comunicativas que se encaminan hacia la «adhesión de los interlocutores a las tesis que se presentan a su asentimiento» (Gutiérrez Ordóñez 2002: 241). La persuasión pretende influir en la conducta o voluntad del otro y la lengua es, una vez más, un buen instrumento para conseguir dichas metas. Pero a menudo se confunden las fronteras entre *persuasión* y *manipulación* (Lo Cascio 1998: 291-305). Según el punto de vista de Herrero (1996: 65), las diferencias no están tanto en los fines, ya que las dos desean convencer, sino en los métodos que ambas emplean para conseguirlo. La persuasión utiliza el camino de la racionalidad (con argumentaciones lógicas y demostrativas en el terreno de lo verosímil); la manipulación acude a recursos engañosos, equívocos y por un camino no racional. Es una obviedad señalar que el periódico a través de la información que contiene manifiesta su punto de vista ante cualquier hecho o circunstancia más o menos de actualidad. Y en este extremo es donde los medios pueden recurrir a los mecanismos persuasivos para lograr sus objetivos. Es este uno de los rasgos que caracterizan los escritos de opinión. Así lo expone Yanes Mesa (2006: 59), para el

⁴ La importancia del discurso periodístico enmarcado en las estrategias argumentativas ha sido puesto de manifiesto en Martínez Pasamar (2010) y el conjunto de trabajos que allí se recoge.

que: «La estructura argumentativa de un texto de opinión siempre tiene un fondo persuasivo en el que su autor trata de convencer al receptor de la bondad de su exposición [...]. Esto se comprobará, una y otra vez, en la actitud estilística de *El Día*.

Cuando se trabaja con textos periodísticos de opinión, el planteamiento de lo «ético» aparece como un hecho clave para entender el alcance y los límites de todo código deontológico. En efecto, el medio adquiere una destacada responsabilidad en tanto en cuanto puede influir, dirigir u orientar a los receptores. En otro estudio (Medina López 2013b) comento cómo la empresa periodística a través del editorial pretende influir y producir un cambio de actitud en sus lectores (mediante la adhesión a su ideario, los cambios de conducta y opinión sobre un tema determinado, etc.). Por todo ello, la persuasión y la manipulación se presentan como dos caras con distintas valoraciones sociales (positiva la primera y negativa la segunda). La persuasión es un acto objetivo de nuestra argumentación y por ello tiene mayor aceptación e integración sociales; la manipulación, por contra, se percibe negativamente como resultado de nuestros actos ilícitos que poco tienen que ver con las máximas de colaboración, calidad y sinceridad.

2.1. INTENCIONALIDAD DEL EDITORIAL

El editorial periodístico, confeccionado al dictado de unas ideas y de unos objetivos, es una vía de comunicación eficaz para que la empresa muestre su punto de vista o su apoyo a diferentes propuestas más o menos de actualidad general o particular (local o regional). El editorialista ayuda a *entender e interpretar* mejor la realidad. En esa línea de pensamiento, Martínez Albertos y Santamaría Suárez (1996: 168) ofrecen la siguiente definición de editorial: «Artículo periodístico sin firma que explica, valora y juzga un hecho noticioso de especial importancia. Este juicio colectivo e institucional se formula de acuerdo con una convicción de orden superior que refleja la postura ideológica de cada periódico». La catalogación como género de opinión del editorial parece ser una cuestión de la que nadie duda. Las discrepancias, cuando las hay, se establecen más en la delimitación de sus fines y objetivos o en el alcance deontológico (estilístico y ético) del mismo. Yanes Mesa (2004: 131 y ss.) condensa algunas opiniones que, desde diferentes ópticas, se acercan al análisis y génesis del artículo editorial. Así, unos ponen de relieve que siempre el editorial se encamina hacia una conclusión que se da como tesis; otros manifiestan que el texto enjuicia los hechos y trata de ensalzar aspectos valorativos que la propia objetividad informativa esconde. Sin embargo, una vez más, donde parece existir verdadera unanimidad entre los críticos es en la consideración de que el editorial es la «voz de la empresa», «la voz del periódico», «analiza los hechos para orientar a los lectores y ayudarles a formarse una opinión», «implica a la empresa informativa», «es la opinión oficial de un medio», «contiene un carácter doctrinal», es también lo que algunos denominan la «carta de presentación y el elemento de identificación ideológica» (Moreno Espinosa 2003: 231), etc. A similares conclusiones, en definitiva, llega la opinión que aparece recogida en uno de los manuales de referencia de escritura periodística (Martínez Albertos 2001: 237), para el cual «Es obligación de

los editorialistas pensar y escribir como si fueran la conciencia del periódico». La idea expresada por Gomis (1988: 18-19, cit. por Moreno Espinosa 2003: 231) creo que resume perfectamente el amplio sentido, valor y alcance del texto de opinión configurado como transmisor ideológico de la empresa —y en el caso concreto que me ocupa—, es la actitud que subyace en la mayoría de los editoriales de *El Día*:

El editorial plantea problemas y sugiere soluciones; aprueba o reprueba lo que han hecho las autoridades o los diversos grupos o personas que influyen en la vida social y política; explica por qué es bueno o es malo lo que se ha hecho, qué consecuencias puede tener; pregunta, inquieta, urge la adopción de una solución para un problema. Recoge y expresa opiniones vigentes en el público que lo lee, y con todo ello contribuye [...] a la elaboración y adopción de soluciones.

Numerosos medios, como la práctica periodística nos revela, van más allá del simple hecho de informar, distanciándose de la anhelada «objetividad y veracidad de las informaciones» (Yanes Mesa 2006: 63), pues estas se convierten en una base en la que se sustentan, no sin problemas, principios elementales como son la imparcialidad, la neutralidad, el rigor y la independencia. Pero no siempre, como la realidad demuestra, esto es así. La noticia es utilizada con no poca frecuencia para buscar algún tipo de rédito, ya que a veces no parece adquirir verdadero protagonismo «lo que se dice», sino «cómo se dice», para «qué se dice», con «qué finalidad», en «qué contexto» y a «quién se dice». Por ello, como escribe Herrero (1996: 44):

Un diario es también un medio de persuasión y quizás de manipulación [...] La palabra manipulación significa una consciente intervención técnica en un material dado. Pero el problema no es si se manipula o no técnicamente, algo que parece inevitable, sino en qué sentido se hace; mentir o difamar no puede ser confundido con un enfoque más o menos subjetivo de las informaciones.

Similares reflexiones hace Crespo Matellán (2004: 41, cit. por Santiago Guervós 2008: 13) cuando hace notar la necesidad de distinguir como receptores entre los medios y los fines que hay detrás de cada discurso, lo que nos lleva, de nuevo, a la *intencionalidad* y a sus *objetivos*, es decir: «¿qué es lo que dice?, ¿qué implica o presupone lo que dice?, ¿qué es lo que (debería decir pero) no dice?, ¿qué es lo que oculta (o intenta ocultar)?, ¿a quién o a quiénes va (realmente) dirigido? (pues no siempre los oyentes presentes son los destinatarios últimos del mismo), ¿qué es lo que intenta (realmente) conseguir?». En este sentido, el llamado periodismo político presta mayor atención a cómo se utiliza la información y a sus relaciones con el poder y a la (re)interpretación que de la realidad haga el medio. Se ha indicado, en esta misma línea (Bezunartea y Canga Larequi 1989: 14, cit. por Herrero 1996: 49), cómo esta sección contiene dos aspectos claves: por un lado está la naturaleza de los acontecimientos a los que hace referencia y, por otro, la actitud de las fuentes y de los protagonistas de dichos aconteceres objeto de análisis. Moreno Espinosa (2000: 169) y Yanes Mesa (2006: 59) destacan cómo todo texto periodístico es, en esencia, un acto de interpretación de la realidad social y, como consecuencia, tiene un valor subjetivo. Ello implica que los medios no son *sensu stricto* portadores de la

verdad sino de la «versión» que cada uno ofrece de la misma, de ahí que el periodismo moderno actúe, básicamente, como «función interpretativa» de aquella (Yanes Mesa 2006: 59). Y por ello conviene tener claro qué límites o qué rol juega cada uno de los que intervienen en el acto comunicativo o, como ya decía antes, para qué se hace y si se está o no al servicio de otros dictámenes e intereses. Y junto con estos aspectos que tienen que ver con la recepción de la información por parte del lector/oyente/ espectador, por ejemplo, nos encontramos con la «función social» que desarrolla el texto y también con la «finalidad» que se le confiere como tal, en tanto en cuanto esta determina todo lo anterior; es decir: al emisor, al receptor y al discurso mismo (Vilarnovo y Sánchez 1994: 41 y ss.).

2.2. LA TIPOLOGÍA DEL EDITORIAL

Otra de las cuestiones complejas es la clasificación temática y la intencionalidad del editorial, sus clases y cometidos, ya que estos dependen de la redacción lingüística, del estilo, oportunidad de los mismos, etc. Hay en la literatura periodística tres o cuatro denominaciones que permiten catalogar los modelos más comunes de los textos de «solicitud de opinión» (Martínez Albertos 1974: 45 y 2001: 237; Armañanzas y Díaz Noci 1996: 103-104; Fernández Barrero 2003: 193-220). Tres son los estilos que propone Martínez Albertos (1974: 47 y 2001: 239):

1. *Estilo didascálico*: presenta una actitud de autoridad (ex cátedra). Expresa seguridad y rotundidad en las afirmaciones. Es propio de una prensa con grandes raíces doctrinales.
2. *Estilo objetivo o informativo*: expone los hechos con actitud distante. Evita emitir un juicio sobre el asunto. Aparece en la llamada prensa «neutra» o en los periódicos más de tipo comercial.
3. *Estilo interpretativo*: muestra al lector todos los medios al alcance del periodista para poder influenciar y orientar su juicio hacia unas conclusiones. Posiblemente es el que tiene mayor predicamento en la prensa de todo el mundo.

Martínez Albertos y Santamaría Suárez (1996: 173) dicen que resulta casi imposible reseñar todo el repertorio de registros editoriales, en tanto en cuanto su tipología obedece a cada clase de empresas, público, ideología, etc., de ahí que con frecuencia se hable de editoriales *expositivos*, *críticos*, *combativos*, *apologéticos*, *explicativos*, *admonitorios*, *predictivos*, *persuasivos*, *interpretativos* y otros. La modalidad del *editorial polémico*, así llamada por estos autores, resulta muy acertada por cuanto los rasgos que la definen son fácilmente apreciables en las páginas de *El Día*. Estamos ante textos que rebaten opiniones opuestas y tratan de convencer de lo contrario por la vía argumentativa. La polémica es también una de sus herramientas: se sitúa frente al poder establecido y va en contra de una corriente de pensamiento diferente. Se trata de desmontar la tesis del adversario. La técnica de ataque al otro puede llevarse mediante la ya mencionada actitud *didascálica* (ex cátedra) o la *empírica*, basada en

hechos y análisis de la realidad que sirven de apoyo a las tesis defendidas y en contra del oponente. Pero también próximos a estos modelos editoriales están los que se reconocen como *combativos*. Sirven a la lucha ideológica, toman posición por un partido político o fomentan, por ejemplo, las disquisiciones doctrinales que apoyan en un momento dado. El trazado ideológico y las actitudes que se defienden en cada uno de estos modelos suponen, en palabras de Martínez Albertos y Santamaría Suárez (1996: 174), «la denominación de *cruzada*: es decir, la movilización de todos los resortes informativos y persuasivos de un periódico al servicio de una causa que el periódico considera particularmente importante». Significativo es el largo editorial que *El Día* publicó el 14 de marzo de 2012 en primera página (íntegramente toda la portada) con gran ortotipografía y color destacado para cada párrafo y la inclusión, además, de una fotografía (también en color) del matrimonio presidencial canario denostado en sus páginas. Se trata, en mi opinión, de un ejemplo de auténtico texto de «cruzada», según acabo de exponer, en el que se consideran numerosos recursos persuasivos, expresivos y descorteses con el único fin de dañar gravemente la imagen social y política de los mencionados⁵, tal y como recogen los siguientes titulares:

EDITORIAL

Paulino Rivero y su esposa han hundido en la miseria a Canarias

Paulino Rivero y su esposa están hundiendo a CC

Paulino Rivero y su esposa no podrán hundir a El Día ni a José Rodríguez

Paulino Rivero y su esposa no podrán hundir el patriotismo y el amor por la tierra canaria y su heroica y sufrida gente

La «cruzada», como señalan los dos autores, no empieza y termina en el editorial. Bien al contrario: podemos encontrarnos todo un conjunto de textos relacionados entre sí, de distinto calado, enjundia y estructura que apoyan la causa del medio. Y en efecto, en *El Día*, por ejemplo, pueden comprobarse el estilo combativo y los otros textos de opinión ideológica que, ya con firma, vienen diseminados en entrevistas, reportajes, artículos de fondo, columnas e, incluso, en la serie «Galería de retratos» que refleja un conjunto de personajes prehispánicos. Se busca, así, la idealización del pasado aborigen de las islas, injustamente tratado por la acción colonizadora de los españoles, tal y como se afirma, de forma reiterada, en estos escritos.

⁵ Muchos de estos textos tienen su acomodo dentro de la disputa, confrontación, actos disentivos, descalificativos, etc., tal y como ha estudiado BRENES PEÑA (2011).

3. ESQUEMAS INTERROGATIVOS PARA PERSUADIR

Por razones de espacio no puedo analizar de forma amplia la configuración lingüística de las estructuras interrogativas, ya que las he tratado en otra ocasión (Medina López 2013b). Remito para ello, además, a los trabajos de Escandell Vidal (1984, 1988 y 1999), Girón Alconchel (1988 y 1995), González Calvo (1998) o Haverkate (1998). Como refuerzo pragmático-discursivo están también las realizaciones exclamativas que tanto abundan en estos textos, las cuales acompañan a la interrogación y que, en su conjunto, imprimen al editorial una notoria perspectiva emocional. La exclamación aparece con menor profusión que la interrogación, aunque su presencia tiene un alto valor persuasivo que va unido a los correspondientes semánticos y referenciales de numerosas preguntas. La exclamación es un acto expresivo que tiene como finalidad evidenciar que el emisor (= editor) se encuentra afectado por algo, manifiesta su estupor, sorpresa, confusión, incredulidad, indignación, entusiasmo, etc., ante un conjunto de hechos o estado de cosas (Alonso-Cortés 2009: 3995 y ss.). La propia intencionalidad de la exclamativa hace que su presencia se vea restringida a unos cuantos usos⁶.

Desde diferentes ópticas de análisis se han abordado los distintos valores de las estructuras interrogativas y su función y capacidad pragmática en el discurso. Un lugar especial, en esta última dimensión, es el que ocupa la interrogación en el mundo de la publicidad y su carácter persuasivo (Méndez García de Paredes 2000; Romero Gualda 2008, 2009 y 2010). Escandell Vidal (1988: 374-376) dice que la complejidad del significado interrogativo viene dada por tres procedimientos que ofrecen también tres significados distintos: el mecanismo gramatical, el referencial y el perlocutivo. Este último —que tiene que ver con los destinatarios y la intención con que se emitió el mensaje— es el que ahora más me interesa⁷.

⁶ Muestra, como se ve en los siguientes casos, un punto de vista muy personal del editor que recurre, además, a un uso coloquial de la lengua en este registro: «Paulino Rivero ha tenido el atrevimiento de pedir que se penalice también la mala gestión. ¡Hipócrita!» [El Día: 20/01/2012]; «Claro que Paulino Rivero se ha estado creyendo todo lo que le contaban en la metrópoli. Plan Canarias: 25.000 millones de euros de inversión (¡Jesús, qué disparate!), aguas de titularidad canaria [...]» [El Día: 6/01/2012]; «La principal ciudad del Archipiélago no puede estar tutelada por políticos ineficientes y discapacitados. ¡Qué vergüenza para Santa Cruz tener los regidores que tiene!» [El Día: 11/01/2012]. Para la tipología de la exclamación cf., entre otros, a ALONSO-CORTÉS (1999a y 1999b) y GRANDE ALIJA (1999-2000).

⁷ Los datos que aparecen en este trabajo proceden de un conjunto de editoriales publicado entre el 4 de enero y el 16 de febrero de 2012. Son un total de 145 oraciones interrogativas directas, así como un número mucho menor de estructuras exclamativas diseminadas en estos escritos. Los editoriales pueden ser consultados en la dirección web del periódico en la sección Hemeroteca (<http://eldia.es/>).

3.1. EL CARÁCTER PERSUASIVO DE LA INTERROGACIÓN EN EL EDITORIAL

Escribe Méndez García de Paredes (2000: 18) que la «mayoría de los enunciados interrogativos se emplean para aprovechar el potencial argumentativo que poseen, pues siempre están orientados hacia una determinada respuesta, favoreciendo con ello llegar a una determinada conclusión». En los datos del editorial aparece con frecuencia la *interrogación retórica* que, como tal, se comporta como un recurso que busca la propia aserción (o reafirmación de lo preguntado) con la intención de llevar al lector a la «única» respuesta posible o a la «afirmación de signo contrario a la pregunta planteada» (Llamas Saíz, Martínez Pasamar y Tabernero Sala, 2012: 158). Esto es así, de forma especial, gracias a que solo bajo algunas condiciones pragmáticas que tienen que ver con el *contexto*, el sentido retórico interrogativo adquirirá su valor de aserción⁸. Por lo tanto, en palabras de Escandell Vidal (1999: 3985), el emisor «favorece explícitamente una determinada opción: la que presenta el signo contrario al que aparece en su enunciado». En otras ocasiones, el editorial recurre al referente popular para justificar algunas de sus expresiones (1):

- (1) ¿O es que hay algo más que no sabemos? Todo es posible cuando la torpeza se alía con la ambición personal. O, como dice la gente de la calle, qué atrevida es la ignorancia. [El Día: 5/01/2012].

Otro de los mecanismos persuasivos frecuentes en los editoriales de *El Día* es lo que podríamos denominar una *acumulación interrogativa* ininterrumpida, cuyo objetivo es también provocar, según analizo, un estado de opinión desfavorable hacia quien va dirigida, creando de nuevo una actitud (re)valorizante hacia la pregunta. Los casos siguientes son buena muestra de ello. En (2) se produce la secuencia sin final conclusivo, salvo el juicio al que llegue el lector; en (3) por el contrario, se da un cierre de conclusión negativa que incide en la *imagen* del presidente después de la serie de cuatro interrogantes, precedidas por un planteamiento. Se dan argumentos a través de las interrogaciones para llegar a la conclusión negativa (pregunta → respuesta):

- (2) «Todas las decisiones de Soria han sido perjudiciales para Canarias», dice este inepto político que tenemos como presidente regional. ¿Y las *tuyas* qué?, *te* preguntamos nosotros. ¿Es que puede haber algo más perjudicial para estas Islas que *tu* simple presencia y la de *tu* esposa, que gobierna en la sombra, ocupando los cargos públicos en los que están enrocados? ¿Por qué *coño* no *dimites* y *te mandas* a mudar de una vez? ¿No *te das* cuenta de que *eres* la principal desgracia para los canarios? Pero volvamos al petróleo. [El Día: 2/02/2012]. (Cursivas mías).

⁸ Así lo afirma ESCANDELL VIDAL (1984: 21): «Hasta ahora hemos hablado de la interrogación retórica como uso especial de una oración interrogativa, que, en determinadas condiciones de naturaleza pragmática, adquiere un valor semejante al de una aserción. En efecto, el contexto y la situación bastan para que un enunciado interrogativo tenga ese valor para dos hablantes».

[3] [Planteamiento]: Esta no es una reflexión sacada de la chistera sino derivada de la realidad.

[1.^a pregunta]: ¿Por qué se mantiene este hombre en el poder?

[2.^a pregunta]: ¿Por qué lo mantienen quienes, como decimos, pueden apartarlo de la presidencia del Gobierno cuando lo deseen?

[3.^a pregunta]: ¿Qué necesidad hay de seguir soportando a esta calamidad política?

[4.^a pregunta]: ¿Qué servicios le está prestando al Archipiélago?

[Conclusión]: Ninguno. Todo lo contrario porque, como decimos, nos está hundiendo.

[*El Día*: 3/02/2012].

Puede pensarse, desde luego, que detrás de todos estos ejemplos hallamos una intencionalidad retórica, pues la respuesta esperable en este contexto ya está, de hecho, consabida por el lector. Desde el punto de vista formal, por otro lado, la gran mayoría de los casos analizados pertenece a las llamadas interrogativas oracionales, en las que las iniciadas por *¿Y qué...?*, *¿De qué...?*, *¿Para qué...?* constituyen el núcleo. A casi todas las estructuras interrogativas les sigue la respuesta asertiva que confirma el planteamiento total o parcial anterior.

Los contextos que condicionan las interrogativas no oracionales son muy variados, si bien la vinculación con el elemento verbal anterior o la repetición (enlace semántico-referencial) con las cláusulas precedentes son algunos de los más frecuentes (4) y (5). En otros casos no es posible determinar ese vínculo, pues se mantiene una total independencia oracional. Mis datos apuntan siempre a la existencia de una relación semántico-formal con los sintagmas previos, en la que la pregunta se muestra como consecuencia del contexto anterior. El objetivo es que el lector llegue a la solución dada en la exposición de los acontecimientos narrados por el editorial:

[4] Deseamos ser amigos de los españoles. Queremos conservar la lengua española y la cultura española y europea. Y, ¿por qué no?, hasta la cultura marroquí y africana. Queremos ser amigos de todos los amigos del mundo, pero siendo libres y dueños de las riquezas intrínsecas de nuestra tierra. [*El Día*: 12/01/2012].

[5] ¿Culpables? Paulino Rivero, Ángela Mena y toda la caterva política de falsos nacionalistas que, al igual que ellos, engañan y traicionan al pueblo canario mostrándose como los defensores de la canariedad que no son y que nunca han sido. [*El Día*: 14/01/2012].

Si nos adentramos en el análisis de las interrogativas oracionales —caracterizadas por presentar un verbo en forma conjugada—, se observará que la mayoría de los esquemas corresponde a los que también se dan en el habla común, siguiendo con ese carácter coloquial que muchas veces tiene este tipo de textos en el periódico de referencia. Y aquí cabe hacer, de nuevo, una subdivisión que engloba las llamadas *interrogativas oracionales totales* (cuya incógnita se extiende a toda la predicción) y las *interrogativas oracionales parciales* (en las que la incógnita solo se refiere a una parte de ella).

Los casos más frecuentes de todas estas estructuras que aparecen en el corpus analizado son las interrogativas parciales introducidas por *¿Qué...?* y sus combina-

ciones *¿Por qué...?, ¿Y qué...?, ¿De qué...?, ¿Para qué...?* y similares (lo que representa un 48.26% del total de interrogativas). Dentro de las llamadas totales, la secuencia *¿Es que...?* ha perdido buena parte de sus propiedades flexivas y puede ser considerada, según Escandell Vidal (1999: 3972), un caso de fosilización de un marcador discursivo que implica que la oración que sigue debe ser interpretada como una explicación o una justificación, independientemente de su carácter de veracidad o no. En (6) se comprueba cómo el relato se vincula al concepto de «crisis» en una secuencia afirmativa y precedida de dos interrogativas (*que + poder*); en (7) se ve que la serie de interrogativas tiene su respuesta negativa como cierre de toda la oración: «Nada de eso»; en (8) hay un planteamiento, dos preguntas y una afirmación a las preguntas iniciadas por *porque*:

(6) Y en cuanto a la crisis política, ¿qué podemos añadir que no hayamos dicho ya sobre el necio y torpe político que nos gobierna? ¿Qué podemos decir de Paulino Rivero y de Ángela Mena, salvo que deben dimitir y exiliarse cuanto antes? ¿Es que no se dan cuenta de que son los principales causantes de las grandes calamidades que sufre el pueblo canario? [El Día: 18/01/2012].

(7) Hablábamos ayer de que España no contará con Canarias para las prospecciones petrolíferas. ¿Para qué hacen los nacionalistas el paripé de protestar por esto? ¿Es que alguna vez han protestado por que Canarias siga siendo una colonia española en pleno siglo XXI? ¿Han protestado por el continuo saqueo de nuestros recursos que hace la Hacienda española? ¿Han exigido alguna vez la independencia de Canarias en el Congreso de los Diputados? Nada de eso. [El Día: 26/01/2012].

(8) Y aquí nos hacemos otra pregunta: ¿por qué no empezamos a ser lo que realmente somos? ¿Por qué no asumimos sin más demoras, y antes de que sea demasiado tarde, nuestra identidad de canarios? Porque el día que seamos canarios de la nación canaria se acaban los problemas de jurisdicciones entre nuestro Archipiélago y el Reino alauita. [El Día: 12/01/2012].

Se dan también en los editoriales pronombres de tratamiento en los que aparece el interlocutor marcado. El uso preferido, en estos casos, es el tuteo (y sus formas verbales correspondientes). Desde mi punto de vista, no parece ser esta la forma más canónica para este tipo de textos, aunque como dice Romero Gualda (2009: 237) «la búsqueda de lo persuasivo resulta más clara cuando el mensaje marca pronominalmente al interlocutor o interlocutora» en los ejemplos referidos a la publicidad. Es evidente que la intencionalidad que se advierte en *El Día* es muy distinta de la que se registra con las estrategias persuasivas de la publicidad y, por tanto, la finalidad no es comparable. La primera es inclusiva, pretende ganarse la cercanía del lector/espectador con fines comerciales o de *marketing*. En el editorial estamos también ante formas hechas con el deseo de ser inclusivo, pero, sin embargo, atentan contra la imagen (*face*) del aludido y son consideradas, por lo tanto, como descorteses (Brown y Levinson 1987). Como ya he señalado en otra ocasión (Medina López 2013a), la recepción y el empleo de los patrones tuteantes en el editorial no se perciben aquí —ni en el lenguaje político habitual (y en situaciones formales

mucho menos)— como un claro síntoma de cortesía valorizante o de grupo. Todo lo contrario. La incursión de esquemas pronominales o nominales de cercanía en situaciones muy formales no suele ser bien aceptada por parte de los receptores. En la conciencia lingüística de estos se genera un rechazo hacia este cambio de trato, el cual se cataloga como descortés y poco apropiado en la cultura española, por tanto, para estos contextos (Medina López 2009). En *El Día*, como se ve en (9), esto es así y, además, la posición recriminatoria e incisiva provoca, todavía más si cabe, una actitud descortés al dirigirse, en la mayoría de las ocasiones, al presidente del gobierno regional canario⁹:

(9) Peor aún, Paulino: *eres* el responsable de que las tres principales instituciones de Tenerife hayan caído en manos de políticos dirigidos desde Las Palmas. *Eres* el culpable de haberle entregado lo mejor de Tenerife al capricho de los canariones. ¿*Puedes* dormir tranquilo sabiendo que por *tu* traición política a los tinerfeños tanto el Cabildo de esta Isla, del que *tú fuiste* consejero, así como los ayuntamientos de Santa Cruz y La Laguna están, como decimos, comandados desde la tercera isla? [El Día: 20/01/2012]. (Cursivas mías).

En otras ocasiones, se busca la complicidad del lector, bien utilizándolo como vocativo, bien haciéndolo copartícipe de la opinión y temas tratados por el editorial, tal y como hacía la vieja retórica con la técnica de la *captatio benevolentiae*. Una forma más de persuasión, como se ve en los ejemplos siguientes (cursivas mías):

(10) En este comentario hablaremos ampliamente sobre los hidrocarburos, pero antes *permítanos* el *lector* que nos detengamos en unas declaraciones de Paulino Rivero. [El Día: 2/02/2012].

(11) Han sido *numerosísimos los lectores* que nos han llamado entre escandalizados y *muertos de risa* al ver al presidente de una institución tan seria como debería ser el presidente del Gobierno regional prestándose a estas babiecas, aunque a lo mejor no es una monserga sino un anticipo de lo que nos espera. [El Día: 8/02/2012].

(12) Es la enésima vez que decimos esto, por lo cual *pedimos al lector* que *nos disculpe* nuestra reiteración. [El Día: 14/02/2012].

4. CONCLUSIONES

En este trabajo he querido mostrar algunos de los resultados de una investigación más amplia sobre el valor de la argumentación y sus mecanismos persuasivos a través de la estructura interrogativa en la prensa escrita. La línea editorial marcada por el periódico tinerfeño *El Día* pone de relieve cómo estos textos ofrecen múltiples

⁹ Cf. en este mismo trabajo el ejemplo (2), claramente tuteante, que centra, una vez más, sus intenciones persuasivas (y perlocutivas) sobre el matrimonio presidencial canario.

posibilidades de análisis desde distintas perspectivas, como la pragmática, que aquí he tratado. La abundancia de estructuras interrogativas (totales o parciales) es un recurso ampliamente utilizado por el editor para intentar influir, orientar o dirigir la opinión de sus lectores. La utilización de las mismas tiene como finalidad, por lo general, la de crear una imagen negativa (*negative face*) de todo un conjunto de personas e instituciones insulares y nacionales. En este sentido, es destacable cómo en los últimos tiempos —y así lo recoge el corpus seleccionado para los meses de enero y febrero de 2012— uno de los focos de atención informativa y editorial es la figura del presidente del gobierno regional y su esposa, además del conjunto de políticos que conforma el actual pacto de gobierno canario, entre otros. Y todo ello sin olvidar los ataques *ad hominem* que se hacen contra los periodistas de los medios grancanarios y tenerfeños si, por lo que parece, muestran una actitud de rechazo hacia los postulados, formas y estrategias marcados por la línea ideológica del periódico.

El editorial —como voz colectiva de la empresa de comunicación— se presenta a sus lectores como una herramienta poderosa del periodismo interpretativo, combativo y polémico que a pocos deja indiferentes. Pretende ser, y así lo dice a menudo, la única voz que defiende (con sus formas dialécticas) los intereses de Tenerife (insularismo), frente a las «otras» amenazas regionales y foráneas. Estos textos se acogen a la libertad de expresión consagrada por la *Constitución española* en un estado democrático, pero para muchos también sobrepasan los límites de lo ético o permisible en el código deontológico del periodismo de opinión. El lenguaje empleado y la serie de calificativos dirigidos a numerosas personas y colectivos, algunos de los cuales he mostrado aquí, ponen de relieve los difíciles equilibrios entre la libertad de prensa, la crítica en democracia, el buen gusto por la prosa periodística y la ruptura de las fronteras entre un comportamiento lingüístico cortés y descortés. Manifiesta igualmente, una vez más, la difícil convivencia entre prensa, lengua y poder.

RECEBIDO: febrero de 2013. ACEPTADO: septiembre de 2013

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO-CORTÉS, Ángel (1999a): *La exclamación en español. Estudio sintáctico y pragmático*, Madrid: Cátedra.
- (1999b): «Las construcciones exclamativas. La interjección y las expresiones vocativas», en Ignacio BOSQUE y Violeta DEMONTE (dirs.), *Gramática descriptiva de la lengua española*. T. 1. *Entre la oración y el discurso. Morfología*, Madrid: Espasa-Calpe, 3996-4050.
- ARMAÑANZAS, Emy y Javier DÍAZ Noci (1996): *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*, Universidad del País Vasco: Bilbao.
- ASCOMBRE, Jean Claude y Oswald DUCROT (1994): *La argumentación en la lengua*, Gredos: Madrid.
- BEZUNARTEA, Ofa y Jesús CANGA LAREQUI, eds. (1989): *Los límites de la información política. Las nuevas ofertas de TV privada en el Estado español*, Bilbao: Universidad del País Vasco.

- BRAVO, Diana y Antonio BRIZ, eds. (2004): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel.
- BRENES PEÑA, Ester (2011): *Actos de habla disentivos. Identificación y análisis*, Alfar: Sevilla.
- BROWN, Penelope y Stephen C. LEVINSON (1987): *Politeness. Some universals in language usage*, Studies in Interactional Sociolinguistics, 4, Cambridge: Cambridge University Press.
- CRESPO MATELLÁN, Salvador (2004): «La retórica en la era de la globalización», *Logo. Revista de retórica y teoría de la comunicación* 6: 60-70.
- ESCANDELL VIDAL, M.ª Victoria (1984): «La interrogación retórica», *DICENDA. Cuadernos de filología hispánica* 3: 9-37.
- (1988): *La interrogación en español: semántica y pragmática*, Madrid: Editorial de la Universidad Complutense.
- (1999): «Los enunciados interrogativos. Aspectos semánticos y pragmáticos», en Ignacio BOSQUE y Violeta DEMONTE (dirs.), *Gramática descriptiva de la lengua española*. T. 3. *Entre la oración y el discurso. Morfología*, Madrid: Espasa-Calpe, 3929-3991.
- FERNÁNDEZ BARRERO, María Ángeles (2003): *El editorial: un género periodístico abierto al debate*, Comunicación Social: Sevilla.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina y Esperanza R. ALCAIDE LARA (2002): *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*, Madrid: Arco/Libros.
- GIRÓN ALCONCHEL, José Luis (1988): *Las oraciones interrogativas indirectas en español medieval*, Madrid: Gredos.
- (1995): «Texto, gramática, historia: codificación del acto elocutivo en la interrogativa indirecta», *Revista Española de Lingüística* 25/1: 1-29.
- GOMIS, Lorenzo (1988): *El medio media. (La función política de la prensa)*, Barcelona: Mitre.
- GONZÁLEZ CAÑO, José Manuel (1998): «Semántica y Sintaxis. El caso de las interrogativas retóricas», en *Variación en torno a la gramática española*, Cáceres: Universidad de Cáceres, 109-120.
- GRANDE ALIJA, Francisco Javier (1999-2000): «La gramática de la emoción: los enunciados exclamativos», *Contextos* xvii/xviii: 279-308.
- GUTIÉRREZ ORDÓÑEZ, Salvador (2002): *De pragmática y semántica*, Madrid: Arco/Libros.
- HAVERKATE, Henk (1998): «La contextualización discursiva como factor determinante de la realización del acto del habla interrogativo», *La pragmática lingüística del español. Recientes desarrollos. Diálogos Hispánicos* 22: 173-209.
- HERRERO, Carmen (1996): *Periodismo político y persuasión*, Madrid: Actas Editorial.
- LO CASCIO, Vincenzo (1998): *Gramática de la argumentación. Estrategias y estructuras*, Madrid: Alianza Universidad.
- LLAMAS SAÍZ, Carmen, Concepción MARTÍNEZ PASAMAR y Cristina TABERNERO SALA (2012): *La comunicación académica y profesional. Usos, técnicas y estilo*, Navarra: Thomson Reuters-Aranzadi.
- MARTÍNEZ ALBERTO, José Luis (1974): *Redacción periodística. (Los estilos y los géneros en la prensa escrita)*, Barcelona: A.T.E.
- (2001): *Curso general de redacción periodística. Lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*, Madrid: Paraninfo, 5.ª edición.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis y Luisa SANTAMARÍA SUÁREZ (1996): *Manual de estilo*, Indianapolis: Inter American Press Books.

- MARTÍNEZ PASAMAR, Concepción, ed. (2010): *Estrategias argumentativas en el discurso periodístico*, Frankfurt am Main: Peter Lang.
- MEDINA LÓPEZ, Javier (2009): «El tú del presidente. La ruptura del rol social», *Revista Española de Lingüística* 39/1: 77-109.
- (2012a): «El editorial periodístico como recurso descortés: análisis pragmalingüístico y socio-cultural», en Ana María CESTERO MANCERA, Isabel MOLINA MARTOS y Florentino PAREDES GARCÍA (eds.), *La lengua, lugar de encuentro. Actas del XVI Congreso Internacional de la ALFAL* (Alcalá de Henares, 6-9 de junio de 2011), Alcalá de Henares: ALFAL y Universidad de Alcalá, 1341-1349.
- (2012b): «*Face Threatening Acts (FTAs)* en el editorial periodístico», en G. WOTJAK, D. GARCÍA PADRÓN y M.ª C. FUMERO PÉREZ (eds.), *Estudios sobre lengua, cultura y cognición*, Fankfurt am Main, Peter Lang, 177-185.
- (2013a): «Modelos de (des)cortesía verbal en la prensa española: el caso de *El Día* (Tenerife)», *RILCE. Revista de Filología Hispánica* 29.2: 365-388.
- (2013b): «Los valores persuasivos y argumentativos de la interrogación en el texto editorial: análisis de un corpus tenerfeño», *Iberoromania. Issue* 78: 246-267.
- MÉNDEZ GARCÍA DE PAREDES, Elena (2000): «Los enunciados interrogativos en los textos publicitarios. Un acercamiento pragmático», *Questiones Publicitarias. Revista Internacional de Comunicación y Publicidad* 9-25.
- MORENO ESPINOSA, Pastora (2000): «Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional», *Ámbitos* 5: 169-190.
- (2003): «Géneros para la persuasión en prensa: los editoriales del diario *El País*», *Ámbitos* 9-10: 225-238.
- ROMERO GUALDA, M.ª Victoria (2008): «Argumentación persuasiva y sintaxis en los mensajes publicitarios. Fórmulas con SI», *Comunicación y Sociedad* xxI/2: 171-192.
- (2009): «Interrogativas en textos publicitarios. Estudio de sintaxis publicitaria», *Anuario de Estudios Filológicos* xxxII: 227-246.
- (2010): «Persuasión y sintaxis publicitaria», en Sara ROBLES ÁVILA y María Victoria ROMERO (coords.), *Publicidad y lengua española: un estudio por sectores*, Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 150-162.
- SANTIAGO GUERVÓS, Javier de (2008): *Comentarios de textos persuasivos*, Madrid: Arco/Libros.
- STATI, Sorin (1990): *Le transphrastique*, Paris: PUF.
- VILARNOVO, Antonio y José Francisco SÁNCHEZ (1994): *Discurso, tipos de texto y comunicación*, Navarra: EUNSA.
- YANES MESA, Rafael (2004): *Géneros periodísticos y géneros anexos. Una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*, Madrid: Editorial Fragua.
- (2006): «Límites éticos del mensaje persuasivo en la comunicación política», *Zer. Revista de Estudios de Comunicación* 20: 57-69.

MISCELÁNEA

DE ISLA A CONTINENTE: LA CONECTIVIDAD EN LA POESÍA DE ANA MARÍA FAGUNDO

María Elena Bravo Guerreira
Dominican University, River Forest, Illinois

RESUMEN

Ana María Fagundo es una poeta de idas y venidas, de conexiones, de aperturas, una oferta de comunicación siempre disponible. La totalidad de la obra de la poeta canaria ofrece un caso de ofrenda al otro, una llamada al lector para entrar en su poesía y compartir la aventura. La llamada se presenta mediante una vida minuciosamente plasmada en una poesía que surgiendo de Canarias y nutriéndose de la belleza y energía de este origen, sigue un itinerario de reflexión, de búsqueda, de lucidez y finalmente de aceptación. La poeta ha desarrollado su vida entre sus casas de Tenerife, Riverside y Madrid; entre sus clases, sus estudiantes, su docencia. La poesía articula esta vida atareada y ordenada que ofrece a «la especie humana» que vendrá tras ella, como un regalo perfectamente presentado. California y la península pero sobre todo la isla, su Tenerife, son la columna vertebral tanto de su vida como de esta poesía que acoge con los brazos abiertos a quien a ella se acerque.

PALABRAS CLAVE: poesía, Islas Canarias, Ana María Fagundo, conectividad, estudios transatlánticos.

ABSTRACT

Born in the Canary Islands, Ana María Fagundo offers in her work and life a singular example of the value of an international, transatlantic commitment whose aim is the connexion and the integration of human beings. The result is a poetry open to all, created to survive through the reader, who will belong to ever-changing and ever-emerging generations. Her poetry matures and evolves from an existential stand of anguish and search to an attitude of peace and acceptance. Her life expands from her island (Tenerife) to peninsular Spain, to California and other states in the USA, to Latin America, and thus her poetry and its source. Fagundo organized her life with perfect precision and in a parallel way she organized her poetry, offering the latter to her readers as a well-crafted gift.

KEY WORDS: poetry, Canary Islands, Ana María Fagundo, connectivity, Transatlantic Studies.

Días antes de su muerte Ana María Fagundo dirigió a quien esto escribe el siguiente texto: «Muere el ser humano individual (yo, tú, tu marido, etc.) pero, ¡AH!, la especie humana sigue adelante como sigue la primavera retoñando cada año. Eso

199

es lo fabuloso del vivir»¹. Meditando sobre estas palabras como posible colofón a una obra que yo había asiduamente seguido, encontré en ellas una manera de interpretar su entrega al futuro lector, o mejor, la confianza que se depositaba en una pervivencia universal a través de la hermandad que en los seres humanos propone la lectura de un texto. Como recuerdan los críticos postmodernos, con la lectura de un texto, nos adueñamos de él y él se adueña de nosotros, he ahí la comunicación, la transformación en «el otro». En ese impulso se percibe lo que Emmanuel Lévinas define como la apertura hacia «el otro». Dice el filósofo: «El saber es una relación del Mismo con el Otro, en la que el Otro se reduce al Mismo y se despoja de su ajenidad» (E. Lévinas 1996: 12)². Partamos, así pues, de la premisa de que hay una hermandad anónima pero muy fecunda que une a los seres humanos a través de los siglos y a través de los espacios; en palabras de Ana María eso es «lo fabuloso de vivir».

La palabra conectividad expresa el proyecto vital de la poeta, paradójicamente por un lado tan reservada y por otro tan abierta, tan intercontinental. En un blog llamado *Humanismo y Conectividad* que trata de dar perfil teórico a este fenómeno, leo: «el líder es el actor a través del cual se cataliza la transformación cultural que motiva que cada integrante de la organización se convierta en un verdadero agente de cambio creador de valor»³. Cambiando el término de líder por el de motor, se puede afirmar que Ana María Fagundo ha sido motor de cambio y creadora de valores para una transformación cultural y la documentación a pervivir, la deja en su poesía. En ella se hacen palpables las dimensiones de su compromiso para abrir su obra a un mundo intercontinental, solidario y sin fronteras, a lectores presentes y futuros⁴.

Porque la obra de Ana María Fagundo, como su vida, es exacta, calculada al milímetro. Después de sus búsquedas existenciales, la poeta, se resigna a dejar una vida con los objetivos conseguidos: «te mando la edición bilingüe de *Materia en olvido* (*Matter in oblivion*) mi último poemario que hace el número 12 y con el que quiero cerrar mis publicaciones»⁵. Comienzo, trayectoria, mensaje y un final aceptado; esa es su obra. Percepción coronada al contemplar el orden y la belleza que reinan en la sección que la Biblioteca de la Universidad de La Laguna le dedica. Una vida, gozada, ordenada y exaltada, una vida ancha y abiertísima, esa es también su obra, porque como en todos los poetas grandes, su obra es también su biografía. Es este el regalo que legará, perfectamente ordenado que va a llegar a las manos de quien lo lea y, al leerlo, surja de nuevo la vida, eso es «lo fabuloso del vivir».

¹ Correo electrónico recibido por quien esto escribe, con fecha jueves 24 de marzo de 2010.

² «Le savoir est une relation du *Même* avec l'*Autre* ou l'*Autre* se réduit au *Même* et se dépouille de son étrangeté, ou la pensée se rapporte à l'autre mais ou l'autre n'est plus autre en tant que tel ou il est déjà le propre, *deja mien*» [traducción de la autora de este artículo].

³ «El líder es el actor a través del cual se cataliza la transformación cultural que motiva que cada integrante de la organización se convierta en un verdadero agente de cambio creador de valor» (Andrés SCHUSCHNY, *La red y el futuro de las organizaciones: más conectados, más integrados*, Buenos Aires: Kier, 2012).

⁴ <http://humanismoyconectividad.wordpress.com>

⁵ Mensaje electrónico a quien esto escribe fechado en jueves, 25 de marzo de 2010.

Ana María Fagundo, intercontinental y transatlántica, aunque comenzara su vida en una isla, y cursara estudios confinadores (Escuela de Comercio en la postguerra), pasó a estudios de literatura en los Estados Unidos, primero española y luego comparada. Se suprimen los límites geográficos y los límites de la lengua. Con su final libro bilingüe, había unido sus dos lenguas, la del corazón y la del trabajo. Y también hay un camino físico que va de isla a península, de península a continente, en sentido de topos geográfico y emocional que se sigue desde los primeros intentos, *Brotes* (1965) a ese *Materia en olvido* (2008) o desde sus 27 hasta sus 70 años.

Todo comenzó con *Brotes*⁶, libro que predice su vida y su poesía. En él se enumeran las constantes poéticas que van aemerger y crecer, a retraerse y volver en sucesión de olas de océano. Publicada cuando la poeta ya había pasado por su inicial racha de viajes, cambios y desarraigos, pérdidas, y reencuentros, la obra da cuenta de la ausencia de la Isla, sufrimiento en la lejanas tierras sin lo configurado como su Paraíso. Se observa el primer regreso en 1962 y la decisión de volver a marcharse, en aras de su porvenir profesional; aparece también el nuevo camino que emprenderá y la entidad que cobrará su poesía. Podemos concebir la obra total de Fagundo como una gran sinfonía aunque no haya ninguna gigantesca composición que abarque toda una vida y tenga doce movimientos. Pero esta primera entrega se presta a ser leída como una sonata en cuatro partes. Hay en estos movimientos anuncios en forma de *leitmotivs* de lo que va a ser el corpus futuro. «Búsqueda» preludia las grandes afirmaciones de Fagundo: «ese yo inmesurable del poeta» (81) y anuncia la esencia de su concepto del poema, la palabra y la luz. También anuncia desarrollos temáticos: la imposibilidad de que el poema reproduzca el sentimiento «la página en blanco/ o el diálogo eterno/ del silencio con el silencio», el poema viene a presentarse como un parto: «el lento parirse inacabado/» (82). Constatamos también el dolor producido por una pérdida: «el destrence» en su descripción metafórica. Dolor al perder algo que se ha poseído y se echa angustiosamente de menos: «para que me destrence/ sin remedio» (83).

La plena ausencia y pérdida se desarrolla en la segunda parte, «Caos», los versos angustiados, empapados de desesperanza sorprenden, en una joven de 27 años: «grito/ sin vertientes,/ sin mano de cascada/ con que agarrarme a la piedra». Ha perdido su isla, su Paraíso, «de ola y de lumbre» (86), es decir, el volcán, su Teide. Lo vital está en otro sitio, hay en su lugar «el cansancio [...] para celebrar lo tarde y lo lejos» (89) y «A puñados se me mete tu recuerdo» (90), las ráfagas de dolor vienen por imágenes que la asaltan «Cortante, fuerte, con limpieza/ ... te me llegas, intermitente/ con la voracidad lisa de la ola» (90). A cambio obtuvo «el pan en abundancia/ pan de almíbar arciboroso/ pan de arena» (89) ha tenido que salir de su isla... Su vivir es una cadena «irremediable» y la comunicación se ha vuelto «aullido». Traducidos a sus vivencias, han sido los años de su primera estancia en California: el primer título universitario, fruto de su soledad. Después vienen las primeras vacaciones en la isla al cabo de cuatro años de ausencia, lo que se constata en la tercera parte:

⁶ Todas las citas hechas de este primer poemario proceden de la edición de Miriam ÁLVAREZ.

«Remanso»: «Ya me vuelvo a lo mí yo,/ recogida, en puntos de sombras,/ infinita, a recogerme». Los recuerdos se vuelven a la otra orilla, a valorar sus cuatro años de destierro: «ya metida en lo sumo/ .../ me torno a lo estrecho» (93). Este remanso propicia una aceptación sabia pero difícil. Seguir conectando con el mundo de afuera, ir a los continentes y además seguir enriqueciéndose con el conocimiento que le ofrece la marcha que ahora será a Urbana, Illinois. El proceso de aceptación, no exenta de angustia, se ve en estos versos: «No hubo más puertas abiertas a la brisa, /ni más alas de luz,/ ni más sueño banal./ Entonces me crecieron las raíces/ y me afinqué a lo cuadrado y exacto. Me afinqué entero/consciente de mi amarre y mi cordel» (94-95). Se afirma en su decisión, nueva marcha pero esta vez sabe muy bien a qué se enfrenta y lo acepta.

La cuarta parte es «Camino Abierto» y esta sí es la hoja de ruta, el itinerario de su vida y su obra. Sobrecoje esta lucidez ante su propio futuro como poeta, como profesional, como mujer. Decisión reforzada, «El poeta va conmigo a donde voy» (99), apuesta por lo inevitable, dadas sus circunstancias personales. Las islas han informado su infancia, le han dado su ser, es el paraíso perdido con la emigración, el paraíso llorado. El poema que abre esta conmovedora sonata, «Camino abierto», indica la senda que va a ser su vida, como también su poesía, la aceptación de su compromiso: «angustia de sonreír/ de ganarme el pan/ de ser normal y corriente/ y llevar este aleteo inmenso/ siempre conmigo» (99).

Volvamos a los once libros siguientes. Entre ellos destaca el octavo, su libro de recuerdos y de confirmaciones. *Retornos sobre la siempre ausencia*, publicado por su Editorial Alaluz en 1989, es una canción a sí misma, una verdadera *Song of Myself*. La constatación salta a la vista; desde el primer poema. Antonio Martínez Herrarte en la *Antología* publicada en Canarias en 1994, escribe: «La poeta que ya es y existe por y para la palabra, se sabe por ella trascendida y en ella ensimismada [...] No hay más que cotejar los versos de este poema con los títulos y contenidos de los ocho libros de Ana María Fagundo para darse cuenta [de] que cada verso sintetiza un poemario» (21-22):

Oración de la Palabra	= Títulos de los libros
La palabra, a veces a flor de río,	
A veces subterránea.	
tu presencia en la ausencia	= <i>Retornos sobre la siempre ausencia</i>
tu concreción de material	= <i>Como quien no dice voz alguna al viento</i>
tu invención luminosa	= <i>Invención de la luz</i>
tu canto en el hogar	= <i>Desde Chanatel el canto</i>
tu configuración de las horas	= <i>Configurado tiempo</i>
tu diaria partida	= <i>Diario de una muerte</i>
tu isla en sus confines	= <i>Isla adentro</i>
tu ya lejano brote en las islas aquéllas	= <i>Brotes</i>

Y se ve la misma emoción ante la propia existencia potenciada por la palabra en su poemario de despedida, volumen bilingüe aludido, *Materia en olvido*, publicado también en Santa Cruz de Tenerife en el año 2008. En cada uno de esos trece versos, como se detalla a continuación, se ve una alusión directísima tanto a su vida, como a su poesía. Se constata también la precisión con la que sus poemarios

aparecen cada tres, cuatro o cinco años, hasta alcanzar el número doce y la edad de setenta años para nuestra poeta. El último verso se refiere a su obra más continua y envolvente, su querida Revista *Alaluz*:

«Final del Ciclo»

El ciclo llega al final:	
desde aquel primer <i>brote</i>	<i>Brotes</i> (La Laguna, 1965)
desde aquella <i>isla</i> erguida	<i>Isla adentro</i> (Santa Cruz de Tenerife, 1969)
desde aquel <i>diario</i> partir	<i>Diario de una muerte</i> (Madrid, 1970)
desde aquel <i>tiempo</i> de siempre	<i>Configurado tiempo</i> (Madrid, 1973)
desde aquella ilusionada <i>luz</i>	<i>Invención de la luz</i> (Barcelona, 1978)
desde la vuelta al hogar	<i>Desde Chanatel, el canto</i> (Sevilla, 1981)
desde aquel <i>decirlo sin decirlo</i>	<i>Como quien no dice...</i> (Santa Cruz de Tenerife, 1984)
desde la <i>siempre ausencia</i>	<i>Retornos sobre la siempre ausencia</i> (Riverside, 1989)
desde el <i>sol bordeado por la sombra</i>	<i>El sol, la sombra, en el instante</i> (Madrid, 1994)
desde la <i>trasterrada raíz</i>	<i>Trasterrado marzo</i> (Sevilla, 1999)
desde la <i>palabra, la palabra</i>	<i>Palabra sobre los días</i> (Ferrol, 2004)
<i>al olvido, al olvido ciñendo toda materia</i>	<i>Materia en olvido</i> (Santa Cruz de Tenerife, 2008)
Esa era <i>alaluz buscada</i>	<i>Alaluz</i> (1969-2004)
Esa era <i>la respuesta</i>	

En estos poemarios está toda la sinfonía gigante. Y sí, la vida y la fuerza parten de ese paraíso que son las islas, hasta el punto de que estas llegan repetidamente a ser, no solo el lugar de aprendizaje y de felicidad, son una monumental sinécdote, la parte (Ana María Fagundo) en su individualidad pasa a ser el todo, las islas son ella. Sus poemas están llenos de este sentimiento; tomemos como muestra este poema que pertenece a su libro-despedida, *Materia en Olvido*:

Sueño final evocador

En la isla.
verodes festoneando las cumbres,
de invierno con sus amarillos triángulos
de esplendor,
Tan Hermosa como siempre,
flores de pascua verdes y rojas
cimbreado de color veredas y senderos,
retamas blancas del Teide
en la lava rugosa que,
como un súbito escalofrío del tiempo,

sola,
enhiesta
honda
el ciclo final se completa:
seis nichos
esperando la oferta última
el polvo final que fue canto
esparcido
desde las cumbres de Anaga

paró antes de llegar al mar:
cardones con sus blancos rezos de ternura,
todo,
en puntiaguda desazón
contra el acechante mar que los circunda.
En la isla,

hasta el mar,
que no muere
aunque se muera
a aquella voz que dijo,
soy,
siento.

Ana María Fagundo es la isla enhiesta. Según Candelas Gala: «como en la geografía de la isla natal en punta, la hablante experimenta en su cuerpo e intenta configurar... el espacio poemático» (Newton 1990: 21). Este frecuente sintagma «en punta» da testimonio del esfuerzo de afirmación ante una existencia amenazada por la muerte por sus cuatro costados.

Se ve la trayectoria vital propiamente dicha: como un bardo leerá sus poemas por todo el mundo. Como ejemplo de esta Ana María voladora y mensajera, cito de una carta recibida por mí con fecha 26 de septiembre de 1992: «He tenido un verano ajetreado. Fui a España en junio, volví a EEUU en julio y a mediados de ese mes estuve leyendo poesía en Auckland (Nueva Zelanda). Volví vía Los Angeles a España a fines de julio y luego allí estuve por todas partes (Sevilla, Granada, Salamanca, Canarias, etc.). En fin un viaje continuo ha sido este verano y menos mal que a última hora desistí de ir a Chile y a México»⁷. En este ajetreo está su vida y su creación porque en realidad ya puede crear su poesía en cualquier parte. Hay entre el paraíso y el destierro una zona de calma, que le proporciona un paraíso interior, su poesía. En la delicia de la existencia atravesada por la luz, Ana María nos recuerda a su admirada amiga Emily Dickinson. Es fácil relacionar a ambas poetas en este tema del goce en las cosas pequeñas, en los bodegones de la paz espiritual, en la alegría de la vida cotidiana. Las dos, Ana María y Emily, han encontrado y viven en su paraíso. Escribe Fagundo: «La vida para Emily es un maravilloso milagro». Pero es sobre todo el poder que emana de la belleza y la fuerza de la naturaleza la que configura ese sitio ideal del que arrancan y que dota a ambas poetas del don que Ana María Fagundo define como un lugar donde «serse». Dice Emily: «If God had been here this summer and seen the things I have seen – I guess that He would think his paradise superfluous. If roses had not faded, there were no need of other Heaven than the one below»⁸. Ana María puede llevarse su Paraíso cuando salta océanos. Su espacio de supervivencia fuera de las Islas se llama Chanatel, así su canto surge también, glorioso, en el exilio⁹. La fuerza está ahí para escribir en todas partes, en

⁷ Carta autógrafa de Ana María Fagundo a la autora de este artículo fechada en Riverside el 26 de septiembre de 1992.

⁸ Emily DICKINSON, *Letters*, 329 fragmento citado por Ana María Fagundo, *Vida y obra de Emily Dickinson*, Barcelona: Alfaguara, 1972, pág. 53.

⁹ Candelas Newton ha dicho: «el carácter inventado o imaginario de este espacio es evidente y surge del contexto espacio temporal específico de la hablante en su medio californiano. Chanatel es un espacio interior» (pág. 40).

Riverside, en Madrid, en Barcelona, en Tenerife... Su mundo es ya un mundo unido y comunicable, un mundo ancho y propio. Desde él puede «Alzar el canto por las alfombras volantes/ de todos los mundos».

Y es Barcelona, con sus estudiantes en el programa de Study Abroad: «El vocerío estudiantil que te aturde/ no cuenta en el tiempo, /es tu propia voz juvenil múltiple/ en otras gargantas y cuerpos tuyos». Es la belleza del Parque Güell: «volver a sentarse en los mosaicos/ de estos bancos/ y ver el agua/ que las ranas multicolores de azulejos/ curvan en el aire». O puede ser California: «/y este oro de sol sobre tu piel, mar, /esta sangre del poniente en tu sonrisa, /estos pájaros de anochecidas ondas?» (*Desde Chanatel, el canto*, 20-22).

En esa California donde no solo se gana el pan, también como en Canarias, como en Madrid, está su hogar. Tres refugios. La casa de madera de *Caldera Court* de Riverside: «Su luz/ tamizada,/se acurruca un momento silenciosa/ en los sillones de la sala/ y luego trepa imperceptiblemente/ por las alfombras...». O el piso de Madrid de la ciudad de los poetas: «He ido poniendo horas de cerámica y libros, /de maderas y olor a cocina, he ido poniéndole poemas al sesgo de cada día». («Cuando acotaron un espacio para mí», (Álvarez II, *Desde Chanatel el canto*, 26). O su casa de El Sauzal en Tenerife: «Mi casa es un estreno de isla [...] de cocina, de toalla y de regazo» (Álvarez II, 24).

Todo el mundo ya es suyo. Ana María ha apostado por la vida de todos en un planeta globalizado aunque este siga cargado de cadenas, fracasado en las zonas de pobreza que es física o es moral: «Te persiguen londres, estambul, nueva delhi, chicago /con sus niños-miseria, sus niños-fatiga, /sus niños probetas» (*Desde Chanatel el canto*, Álvarez II, 40). Las desgracias compartidas con una voz solidaria que se queja ante la injusticia, el terror. Es la responsabilidad de una ciudadana española, de una ciudadana del mundo. Quiero señalar tres muestras clamorosas: la primera que lamenta el horror de la Guerra Civil. Es el poema «Los diecinueve» que presenta el desgarro llevado por generaciones: «Diecinueve nombres, diecinueve hombres, / diecinueve jóvenes ajusticiados. /Diecinueve hijos yacen fusilados /yacen fusilados contra un paredón». (*El sol, la sombra, en el instante*, Álvarez II, 245). La segunda es una acusación ante la supresión del otro, las barreras, el odio. No en vano, desde su California ella conocía bien esas vallas levantadas. El poema es «El globo azul y blanco» (*Trasterrado marzo*, Álvarez II, 307-309): «Los nombres no cesan/ no cesan las cercas/ las verjas/ las murallas/ las vallas, /las rejas /los muros que los hombres /han levantado en la tierra /los nombres que unos y otros / —en paz o casi siempre en guerra— imponen a un trozo troceado del planeta /que llaman su patria...». Y en tercer lugar hay un lamento por aquel once de septiembre que tiene el gran nudo solidario en la lanzadera que une sus mundos: «...es el fuego del terror /del hombre contra el hombre, /el fuego del fanatismo, /el fuego de la muerte sepultada /bajo los escombros /de dos torres donde bullía /hace poco la vida» (*Palabras sobre los días* 75-76).

En el recorrido por la obra de Ana María Fagundo sobresalen dos conceptos: la palabra y la luz. Conceptos que también aluden al otro de entre sus mayores esfuerzos, su revista *Alaluz*, fundada con alegría, con toda la fe y los medios que consiguió en su refugio californiano. *Alalauz* se fue con ella. Fue un faro durante cuarenta fértiles años, fue un apoyo para nosotros, los poetas, los investigadores, los

docentes, un lugar común para cuantos rondamos la cultura hispana que nos une. La patria real era la lengua.

Este es un hermoso poema a la hermandad en la lengua:

La patria común:

[...] pero la lengua materna,
ese mar de luz y sombra que nos guía,
siguió inexorable su curso
por la geografía recién descubierta
y unió —pese a los pesares—
a razas, pueblos y gentes
que hoy dicen.
‘soy, afirmo mi ser’
en colombiano,
chileno,
mexicano,
salvadoreño,
en cubano,
costarricense,
uruguayo,
portorriqueño,
en boliviano,
peruano,
panameño,
ecuatoriano
en guatemalteco,
paraguayo,
nicaragüense,
venezolano,
en argentino,
hondureño,
dominicano;
lo decimos todos, unos y otros:
Bécquer y Borges
Darío y Lorca,
Sor Juana y Rosalía,
Machado y Vallejo
lo dicen,
lo decimos todos en mismo idioma
-nuestra patria común-
el
castellano
(Álvarez, II, *Trasterrado marzo*, 323-324)

También es la docencia la base de toda esta acumulación. En sus poemas vemos a la profesora abierta a todos los vientos, conocedora de todos los caminos, su erudición, las visitas poéticas aludidas en su anteúltimo poemario *Palabras sobre los días* (2004). Su sabiduría vertida en las clases, sus preciosas preparaciones para el encuentro con sus alumnos. Y también hay que aludir, como esenciales en su don de comunicación, a sus dos obras difusoras de la cultura estadounidense en las letras hispanas, porque son únicas. Se trata de *Vida y obra de Emily Dickinson* (1972) y de *Antología bilingüe de la poesía norteamericana* (1988). Como se ha observado, desde su descubrimiento en Urbana, de la mano de Juan Ramón Jiménez, la poeta de Amherst fue su gran amiga y compañera. Respecto a la *Antología* ella es la traductora y presentadora a los lectores en español de los colegas de su misma generación. En la traducción de cada uno de los seleccionados se percibe el aludido dominio de la lengua inglesa. De entre ellos destacan dos poetas: Anne Sexton y Sylvia Plath. Además, Ana María ha dedicado a Sylvia Plath un artículo en su recopilación *Literatura femenina de España y las Américas* (1995).

Y para finalizar, un rasgo más de universalidad. El mundo de los animales, no aludido en el corpus de sus obras, pasa a ocupar el centro de su atención en el penúltimo poemario. *Palabras sobre los días* está dedicado a su último compañero de viaje, el perrito Gino. Y digo compañero de viaje literalmente, por haber conocido a

Gino en el aeropuerto O’Hara de Chicago adonde me llevó una alarmada llamada de su dueña en tránsito desde Madrid a California. Todo solucionado, he comprobado posteriormente el papel que el perrillo representó en su firmamento poético. En sus últimas vivencias, empapadas de aceptación y calma, no poco parece haber leído en la mente inocente y confiada de este compañero: «Gino y yo/ pausadamente/ vamos haciendo nuestro camino/ junto al río/ en el invierno/ firmes nuestros pasos/ seguros ya del olvido/ en que nos sumirá el tiempo» (*Palabras sobre los días*, 117). El escrutinio, la apertura, la solidaridad y finalmente esta sencilla aceptación de nuestro destino en el gran universo. Esta es la obra y la poesía de Ana María Fagundo con la que sus lectores quedamos en conmovida deuda.

RECIBIDO: abril de 2013. ACEPTADO: mayo de 2013

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, Myriam (2002): *Ana María Fagundo, Obra poética (1965-2000)*, vols. I y II. Madrid: Editorial Fundamentos.
- FAGUNDO, Ana María (1972): *Vida y obra de Emily Dickinson*. Barcelona: Alfaguara.
- (1988): *Antología bilingüe de poesía norteamericana contemporánea: 1959-1980*. Madrid: José Porrúa Turanzas.
- LÉVINAS, Emmanuel (1996): *Transcendance et intelligibilité. Suivi d'un entretien*. Genève: Labor et Fides.
- MARTÍNEZ HERRARTE, Antonio (1994): *Ana María Fagundo: texto y contexto de su poesía*. Islas Canarias: Viceconsejería de Cultura y Deportes.
- NEWTON, Candelas (1990): *Obra poética de Ana María Fagundo (1965-1990)*. Madrid: Endymion D.L.
- SCHUSCHNY, Andrés (2012). *La red y el futuro de las organizaciones: más conectados, más integrados*, Buenos Aires: Kier. También se puede consultar en <http://humanismoyconectividad.wordpress.com>

OBRAS DE ANA MARÍA FAGUNDO

- Brotes* (1965). La Laguna: Imprenta Maype.
- Isla adentro* (1969). Santa Cruz de Tenerife: Gaceta Semanal de las Artes.
- Diario de una muerte* (1970). Madrid: Colección Ágora.
- Configurado tiempo* (1973). Madrid: Colección Arbolé.
- Invención de la luz* (1978). Barcelona: Editorial Vosgos.
- Desde Chanatel, el canto* (1981). Sevilla: Colección Ángaro.
- Como quien no dice voz alguna al viento* (1984). Santa Cruz de Tenerife: Publicaciones Caja Canarias.

- Retornos sobre la siempre ausencia* (1989). Riverside: Ediciones Alaluz.
- El sol, la sombra, en el instante* (1994). Madrid: Editorial Verbum.
- Trasterrado marzo* (1999). Sevilla: Colección Ángaro.
- Palabras sobre los días* (2004). Ferrol: Esquío.
- Materia en olvido* (2008). Santa Cruz de Tenerife: Ediciones Idea.

VOCES Y FRASES RELACIONADAS CON FLANDES EN EL *DICCIONARIO DE AUTORIDADES*

Beatriz Gómez-Pablos
Universidad Comenio de Bratislava

RESUMEN

Los Países Bajos estuvieron ligados a la Corona española durante los siglos XVI y XVII. Las relaciones bélicas, comerciales y socioculturales dejaron huella en el castellano. El presente trabajo, después de haber esbozado brevemente el contexto histórico, analiza en el *Diccionario de Autoridades* las voces y frases relacionadas con Flandes, término usual en aquella época para referirse a dicho territorio. Para el análisis se ha realizado un vaciado completo del diccionario académico, se han localizado algunas de estas voces en el *Tesoro de la lengua* de Covarrubias y se ha tratado de explicar la historia y etimología.

PALABRAS CLAVE: *Diccionario de Autoridades*, Flandes, lexicografía, etimología, Países Bajos, Covarrubias, siglo XVIII.

ABSTRACT

The Netherlands were linked to the Spanish crown during the sixteenth and seventeenth centuries. Military, trade and cultural relations left their mark in the Castilian. This paper, after having briefly outlined the historical context, analyzes words and phrases in the *Diccionario de Autoridades* related to Flanders, a usual term for that time to refer to the particular territory. For the analysis a complete extract of related words from the academic dictionary was performed, some of these words were located in the *Tesoro de la lengua* by Covarrubias, and the history and etymology were explained.

KEY WORDS: *Diccionario de Autoridades*, Flanders, lexicography, etymology, Netherlands, Covarrubias, 18th century.

1. CONTEXTO HISTÓRICO

La historia de los Países Bajos es extremadamente compleja. Las numerosas guerras, por un lado, las intervenciones de los diferentes países y el continuo desplazamiento de las fronteras, por otro, hacen que sea difícil resumir en pocas palabras el periodo que aquí nos atañe. No obstante, antes de entrar en el análisis lingüístico de las voces relacionadas con Flandes que se recogen en el *Diccionario de Autoridades*, pensamos que es necesario dedicar algunas líneas al contexto histórico.

Nos remontamos al siglo XIV. El enlace matrimonial de Margarita de Male con Felipe el Bueno unirá el condado de Flandes con el ducado de Borgoña. Como fruto de esta unión nace el duque Carlos el Temerario (1407-1477), a quien, a falta de descendencia masculina, sucede su hija Margarita de Flandes. Con el matrimonio de ésta y de Maximiliano I de Austria, las posesiones pasan a los Habsburgo. Mientras tanto, en la Península Ibérica, los Reyes Católicos conciernen el casamiento de su hija Juana con Felipe el Hermoso, hijo de Maximiliano de Austria y Margarita de Flandes. «En 1496, año en que Felipe el Hermoso se casó con Juana de Castilla en Lier, ciudad flamenca al sur de Amberes, da comienzo la época denominada *Países Bajos Españoles*» (Dichtl 1998: 13).

Por los avatares de la historia, será el hijo de ambos, Carlos V, quien herede los extensos territorios de uno y otro reinado. Nacido en 1500 en Gante¹ y educado lejos de España, viaja a ésta en 1517 para que las Cortes le reconozcan como Rey. Al saber de la muerte de su abuelo Maximiliano, acude a Alemania, donde será elegido emperador del Sacro Imperio Germánico en 1520. Desde entonces los asuntos de España pasan de alguna manera a segundo plano. Carlos V tratará de dominar un extenso conjunto de territorios, donde no faltarán rivales como Francia, Inglaterra y el expansionismo del imperio otomano. La ubicación estratégica de los Países Bajos, desde el punto de vista tanto político como comercial, hará que se conviertan en objetivo codiciado de las demás naciones. De ahí el interés y esfuerzo del emperador Carlos V por dominar el conjunto de las llamadas *Diecisiete Provincias*, es decir, los ducados de Brabante, Limburgo, Luxemburgo y Güeldres; los condados de Flandes, Artois, Hainaut, Holanda, Zelanda, Namur y Zupthen; el marquesado de Amberes; los señoríos de Frisia, Malinas, Utrecht, Overijssel y Groninga. Una vez sometidos estos territorios, declara su sucesión de unitaria e indivisible, en virtud de la Pragmática Sanción de 1549.

En las abdicaciones de Bruselas, en 1555, Carlos V deja el gobierno imperial a su hermano Fernando de Habsburgo, Rey de Romanos, y la de España y las Indias a su hijo Felipe. Los Países Bajos pasan, no obstante, a la Corona española, tal y como lo había dispuesto Carlos V, y será su hijo Felipe II quien se haga cargo de la situación.

El descontento con el gobierno español y las disputas religiosas provocan en los Países Bajos enfrentamientos que desembocarán en una rebelión y llevarán a la Guerra de los Ochenta años (1568-1648). Con la Paz de Westfalia y el Tratado de Münster, España reconocerá finalmente la independencia de los Países Bajos². Se constituye entonces la República de las Provincias Unidas. Independencia, sin embargo, no significa soberanía en un sentido absoluto y será este el motivo de continuos enfrentamientos hispano-holandeses.

¹ «Flandes, donde nació Carlos V, era la cuna de la dinastía y por ello, las élites locales consideraban su tierra como una de las posesiones más importantes de la casa de Austria. Esperaban, pues, del soberano un trato respetuoso y preferencial» (VERMEIR 2002: 395).

² Felipe IV renunció incluso a sus títulos de conde de Holanda y Zelanda (cfr. HERRERO SÁNCHEZ 2002: 197, nota 20).

El atractivo de los Países Bajos es comprensible desde diversos puntos de vista. Por un lado, encontramos allí importantes avances culturales, como atestiguan los elevados índices de alfabetización o el floreciente mercado del arte, la cartografía y la imprenta; por otro lado, el alto nivel tecnológico alcanzado, tanto en el ámbito de la navegación como en el revolucionario sistema de patentes. Además de esto, juegan un papel fundamental el desarrollo de la bolsa, el banco de Amsterdam, el establecimiento de compañías de comercio y la formación de diversos núcleos de almacenamiento, procesamiento y distribución de todo tipo de productos a escala mundial³. No puede ignorarse, por último, la ubicación estratégica de los Países Bajos en el mapa europeo. Todo esto hará que sea un territorio que quieran disputarse las diversas potencias europeas. «Flandes se convirtió en uno de los más prósperos y sólidos polos de actividad económica y liderazgo cultural de Europa» (Pérez-Bustamente 2000: 296).

A mediados del siglo XVII la presencia militar española en los Países Bajos es muy débil y Francia intenta arrebatar algunas plazas. Holanda se alía con España y se consigue poner fin al enfrentamiento por la Paz de los Pirineos en 1660. Aprovechando la muerte de Felipe IV, las tropas francesas se internan nuevamente en Flandes con un potente contingente militar. «La época del gobierno de la Corona española en los Países Bajos terminó en 1701 con la muerte del rey Carlos II, con quien desapareció el linaje español de la casa de Habsburgo» (Dichtl 1998: 13). En 1713, con el Tratado de Paz de Utrecht, se transfiere la soberanía de los Países Bajos al emperador Carlos VI de Austria y Flandes desaparece definitivamente del horizonte español.

2. ENMARCAMIENTO LINGÜÍSTICO

Si el contexto histórico-político, a pesar de abarcar un espacio cronológico de apenas dos siglos, es complejo, no menos lo es la situación lingüística. Dichtl describe la época de Carlos V de la siguiente manera:

El francés y el español se usaban en el ámbito de la administración. La presencia de la corte y del gobierno atrajo a Bruselas muchos nobles y consejeros del soberano, cuyas casas se construían cerca del Palacio Real en la ciudad alta. Así se desarrolló una frontera lingüística bien definida entre la ciudad alta y la ciudad baja [...]. Los nobles hablaban con preferencia francés, ocasionalmente español, pero nunca el neerlandés. La población de Bruselas, que no tenía mucho contacto con esos gentileshombres, seguía usando su idioma, una variedad flamenco-brabanzona del neerlandés. En la administración municipal se usaba exclusivamente el neerlandés (Dichtl 1998: 14).

Esta descripción que atañe a Bruselas, puede extenderse en parte a los Países Bajos en general. Predomina el francés por una cuestión de prestigio social; pero el neerlandés es también vehículo de comunicación, en posición diglósica. «En

³ Cfr. HERRERO SÁNCHEZ 2002: 194.

resumen, puede decirse que la época de los Países Bajos españoles fue sobre todo francófona, con contactos entre francés y español a nivel administrativo, mientras que el neerlandés, en forma de la variedad regional, fue el medio de comunicación de las clases populares» (Dichtl 1998: 14).

Por otro lado, en el siglo XVII no se puede hablar aun de una distinción clara entre las variantes del neerlandés, es decir, el holandés y el flamenco⁴. Los académicos de nuestro diccionario usan, siguiendo la costumbre de entonces, esta última denominación. Si a esto añadimos la proximidad tipológica entre el alemán y el neerlandés, más cercanos aún en la época que estamos tratando, no sorprende que los autores del primer diccionario académico vacilen sobre la etimología alemana o flamenca de algunas voces⁵, y es probable, por otro lado, que en muchos casos coincidiesen.

Si en los siglos XVI-XVII predomina el francés como lengua administrativa en los Países Bajos y si además consideramos que la muerte de Carlos II supone definitivamente el final de la presencia española, es comprensible que sean tan pocas las voces relacionadas con Flandes y el flamenco que los académicos recogen en el *Diccionario de Autoridades*. La llegada de la dinastía borbónica con Felipe V impulsará aún más la influencia del francés.

3. BAXA ALEMANIA, PAÍSES BAXOS, HOLANDA, FLANDES: LAS REFERENCIAS GEOGRÁFICAS

El *Diccionario de Autoridades* no cuenta con un sistema de marcas lexicográficas como lo entendemos hoy. Las marcas diacrónicas se expresan de diversas maneras⁶; lo mismo pasa con las diafásicas y diastráticas⁷ e igualmente con las pertenecientes al campo de las ciencias⁸, las artes y los oficios. Otro tanto sucede con las marcas diatópicas⁹.

No existe, por tanto, uniformidad, sino que se combinan unas expresiones con otras de diversas maneras y la preferencia por alguna resulta arbitraria.

Por lo que respecta a la región que nos ocupa, encontramos cuatro expresiones: *Baxa Alemania*, *Países Baxos*, *Holanda* y *Flandes*, siendo esta última la más

⁴ Cfr. DICHTL 1998: 19.

⁵ Dichtl cita a Tolleneare, quien explica que la cercanía de ambas lenguas justifica la ausencia de diccionarios bilingües en estos idiomas hasta principios de siglo XVIII; hecho llamativo si se compara con otros idiomas (cfr. DICHTL 1998: 20).

⁶ Sobre este tema la obra de Jiménez Ríos ofrece un detallado estudio (v. bibliografía).

⁷ Apuntamos, como botón de muestra, algunas de las muchas expresiones que se emplean para marcar el estilo vulgar: «es voz baxa», «es término baxo», «es voz del estilo baxo», «vulgarmente llaman assí a», «es voz vulgar», «es término vulgár», «solamente en estilo vulgár», «es voz de estilo vulgár», «es voz rústica», «solo tiene algún uso entre los rústicos», «solo la usa oy la gente rústica», «voces baxas y plebeyas», «oy solo se usa entre la gente menos culta», «voz tosca y vulgár», «tosca y grosera», etc.

⁸ Véase GÓMEZ-PABLOS (v. bibliografía).

⁹ Véase SALVADOR ROSA (v. bibliografía).

frecuente. Cuando los académicos hablan de la *baxa Alemania* se refieren a Flandes en oposición con la *alta Alemania*; así lo explican en las voces *alta* y *baxa*:

ALTA. Danza o baile que hasta poco tiempo a parte tuvo mucho uso en España. Covarr. dice la introdujeron los Alemanes de la alta Alemania, y que por eso se llamó assí a distinción de otra que introdujeron los Flamencos o Alemanes de la baxa Alemania, que por la misma razón la llamaron la baxa. *Saltatio germanica*¹⁰.

BAXA (2). Danza o baile que introdujeron en España los Flamencos o Alemanes de la baxa Alemania, por cuya razón dice Covarr. se llamó assí, a distinción de otra que introdujeron los Alemanes de la alta Alemania, que por la misma razón la llamaron la Alta. *Saltatio belgica*.

En estas voces se hace evidente la cercanía de lo flamenco con lo alemán en la mente de los académicos. Encontramos en el diccionario una voz donde precisamente se funden. Se trata de la traducción al latín de *flinflón* que vendría a ser alemán flamenco:

FLINFLÓN¹¹. El hombre de preferencia abultada, fresco de cara, y rubio, como Alemán u otra Nacion del Norte (...). Lat. *Germanus Flandrius*.

Sin embargo, el *Diccionario de Autoridades* apenas emplea la expresión *baxa Alemania* y, de hecho, solo hemos encontrado dos voces más donde aparece:

BURGOMAESTRE. El Corregidór de alguna Villa o Ciudád de los Paises de la alta, o la baxa Alemania. Hállase esta voz muy frecuentemente en las Historias de Flandes, aunque propriamente no es castellana.

FRISA. Tela de lana a modo de bayéta, aunque mas corpulenta, que sirve para aforros y para otros usos. Parece haverse llamado assí porque en lo antiguo se texia en Frisia de Alemania la baxa.

En el primer caso, *burgomaestre*¹², no queda claro si la palabra se utiliza en Alemania, en Flandes o en ambas regiones, aunque sabemos que se recoge en las Historias de Flandes y es voz extranjera. Lo primero puede servir de argumento para inclinar la pesa hacia una etimología flamenca, si bien se omite aquí la cuestión etimológica. Por otro lado, es difícil establecer la frontera sobre el origen de algunas palabras, pues el flamenco y el alemán tienen raíz germánica, lo cual explica la vaci-

¹⁰ Introducimos excepcionalmente la traducción latina por la diferencia que apuntan los académicos en *alta* y *baxa*: *saltatio germanica*, *saltatio belgica*.

¹¹ *Flinflón* se recoge por última vez en el DRAE-1803.

¹² *Bürgermeister* en alemán actual, *burgemeester* en holandés y flamenco actual.

lación de los académicos. La etimología de *frisa* parece proceder del topónimo Frisia, aunque no se afirme de forma rotunda y la duda permanezca hasta la actualidad¹³.

La expresión *Países Baxos* tampoco es muy frecuente. Sólo aparece en tres ocasiones:

CREMA. La nata. Es voz usada por los Españoles en los Países baxos, pero no tiene uso en España.

DIQUE. Defensa, o repáro artificioso para detener las aguas, fabricado de varios materiales segun la necessidad. Covarr. quiere que sea voz Árabiga; pero mas cierto es ser Theutónica, pues solo se halla usada en nuestro idioma desde que contratamos con los Paises baxos.

ESTUFA. Aposento recogido y abrigado, al qual se le da calór artificiosamente con fuego por la parte exterior. Covarr. dice que viene del nombre Latino *Aeslus*, que vale calór, pero lo cierto es que es voz Alemana, donde son mui usadas las estúfas, como tambien en los Países baxos, por ser tierras mui frias.

Sobre la voz *crema* se anota que es usada por los españoles en los Países Bajos y se trae a colación una cita de la novela picaresca *La vida y los hechos de Estebanillo González, hombre de buen humor compuesta por él mismo*, publicada precisamente en Amberes, en 1646. Como se narra en la novela, se trata de un sirviente de Ottavio Piccolomini en Flandes —posteriormente en Viena—, que cuenta sus aventuras y desventuras. La voz *crema* reflejaría sobre todo la influencia del francés en Flandes.

En *dique* los académicos señalan la raíz germánica de esta voz y su relación con los Países Bajos, si bien la información que transmiten respecto a Covarrubias no es del todo correcta. Parece ser que Covarrubias no quiso negar la autoridad etimológica de Urrea y concilió así la autoridad teutónica con la arábica. Citamos la entrada que aparece en el *Tesoro de la lengua castellana*:

Diques, son cierta defensa, y avallado con que se detiene el agua, para que no se estienda y vierta: y quando estos se abren donde los ay inundan la tierra. Yo entendia ser este vocablo Flamenco, por quanto se usa en aquellas tierras. Pero Diego de Urrea dize ser Arabigo *daicum*, que vale cosa estrecha, entendiendo por las paredes y compuertas con que se cierran, que aunque son estrechas, abriendolas sale por ellas mucha cantidad de agua. Tamarid *Dique*, es angostura, defensa o vallado. Es vocablo Teutónico, y Arabigo. (Covarrubias)

¹³ De hecho el DRAE-1899 anota que procede del bajo latín *fresium*, a su vez del latín *phrygia*. Desde el DRAE-1914 hasta la edición del DRAE-1984 se sostiene que procede del anglosajón *frise*. A partir de DRAE-1992 el origen de la palabra se declara incierto.

La etimología de la voz *dique* se corrige en el DRAE-1884 (del holandés *dyk*) y es una de las pocas que ha prevalecido hasta la actualidad con leves variaciones¹⁴ (DRAE-1914 del neerlandés *dyk*; DRAE-1992 del neerlandés *dijk*)¹⁵. Por otro lado, es necesario decir que en holandés se suele utilizar más la palabra *dam*, para referirse a dique. De ahí recibe, por ejemplo, la ciudad de Amsterdam su nombre.

También en la voz *estufa* se indica el origen alemán de la palabra, y la presencia de este objeto tanto en Alemania como en los Países Bajos, a causa de la aspereza del invierno. Los académicos citan de nuevo a Covarrubias como autoridad etimológica, pero también es evidente que han empleado en esta entrada otras informaciones que proceden del *Tesoro de la lengua castellana*:

Estufa, aposento recogido y abrigado, que artificialmente le dan calor, dicho del nombre Lat. *aestus* [...], en Griego se llaman las estufas, *thermas* [...]. En Flandes usan mucho las estufas por ser tierra tan fría. (Covarrubias)

Hasta 1899 el DRAE mantiene la etimología germánica (del antiguo alto alemán *stupa*) y se corregirá por la latina a partir de 1914 (del bajo latín *stupha*, vease estovar), con variaciones en las siguientes ediciones (DRAE-1984 del latín *extufare*; DRAE-1992 de *estufar*, del latín vulgar *extufare*, escaldar), perdiéndose así del todo su relación con el alemán. Si consultamos el diccionario alemán *Wahrig*, encontramos la palabra *Stove* para designar la estufa, del medio bajo alemán y del medio neerlandés *stove*. En inglés actual también se conoce *stove* y en holandés *stoof*. Esto no excluye que en estas lenguas provenga del latín.

Si dirigimos nuestra mirada a las voces en las que aparece *Holanda*, observamos que tampoco son muy numerosas; cuatro en total. La primera de ellas relacionada con la banca, la segunda con la costa de los Países Bajos, las dos últimas con telas. Nada de esto sorprende. Curiosa es la acepción *acciones*, que los académicos rechazan por tratarse de un término que no tiene uso real en España. Este dato sirve para conocer la historia del léxico español, su entrada, desarrollo o desaparición, y ofrece también información sobre la historia externa de la lengua. Esta palabra, además, no cuenta con autoridad literaria, sino que son las Gacetas¹⁶ las que autorizan la voz; es decir, un naciente periodismo que los académicos contemplan con desconfianza: «de donde la han tomado algunos sin inteligencia de su riguroso significado, y sin necesidad». Con los años el periodismo ganará terreno en el campo de la renovación del léxico. La definición de *acciones* se presenta, por otro lado, bastante deficitaria. Citamos las cuatro voces que hacen referencia a Holanda:

¹⁴ Corominas fecha la primera documentación en 1585 con López Tamarid; probablemente basándose en la información que ofrece Covarrubias.

¹⁵ Hemos encontrado en inglés la palabra *dike*, *dyke*: «long wall of earth, etc. (to keep back water and prevent flooding)» (*Oxford Advanced Learner's Dictionary*).

¹⁶ No se especifica qué gacetas son. Puede pensarse en la *Gazeta de Madrid*, que comenzó su publicación en 1661, como también en la *Gazeta de Amsterdam* (1675-1690), dirigida a un público hispanoportugués.

ACCIONES. Certo género de comercio introducido en Holanda¹⁷, Inglaterra y otras partes, cuya voz se ha comunicado, y suelen usar de ella en las Gacetas, de donde la han tomado algunos sin inteligencia de su riguroso significado, y sin necesidad, por no usarse en España este género de comercio.

ANEGADIZO. La tierra, lugar, u otra cosa expuesta a ser anegada por estar situada en sitio baxo, donde las aguas se recogen, o la mar y los ríos inundan con sus avenidas y crecientes: como sucede en Holanda y otras partes.

CLARIN (4). Es tambien un género de lienzo mui delgado y claro, que se fabrica en Flandes, Francia y Holanda, y de ordinario se llama Holanclarin¹⁸. Es uno de los géneros estimados, y suele servir para sobrepellices, albas, y otros usos.

HOLANDA. Tela de lienzo mui fina de que se hacen camisas para la gente principal y rica. Llamóse assi por fabricarse en la Provincia de Holanda, por cuya razón se debe escribir con aspiración; aunque muchos la ponen sin ella.

La referencia a Holanda en *anegadizo* tiene una simple función ilustrativa: «como sucede en Holanda», recurso frecuente en el *Diccionario de Autoridades*. Como se mencionó arriba, las características de la costa holandesa llamaron la atención de los españoles; de ahí que sirva de ejemplo en dichas descripciones.

En la voz *clarín*, un tipo de lienzo, se menciona Holanda junto a Flandes y Francia¹⁹; quizás para destacar el papel de esta provincia en la industria textil. La voz *holanclarín* que aparece en el artículo léxicográfico como de uso más común que *clarín*, no se recoge en el *Diccionario de Autoridades*, hecho comprensible en este caso, pues conllevaría una repetición innecesaria.

En la voz *holanda* encontramos nuevamente un tipo de tela. La descripción nos habla de la fama que ganó la manufactura holandesa, cotizada entre la gente adinerada. Sigue a esta voz otra donde no se menciona expresamente Holanda, pero que debe ser recogida aquí por la evidencia de su origen:

HOLANDILLA²⁰. Cierta especie de lienzo teñido o prensado, que sirve para aforros de vestidos y otras cosas.

El *Diccionario de Autoridades* presenta dos voces relacionadas también con Flandes, *valones* y *valona*, donde la referencia geográfica es, por decirlo de alguna

¹⁷ Los Países Bajos son en esa época una rica república mercantil, en la cual Amsterdam destaca como primera ciudad del comercio de Europa.

¹⁸ *Holanclarín* no cuenta con una entrada propia en el *Diccionario de Autoridades*.

¹⁹ La importancia de la industria textil francesa en esa época se evidencia en gran cantidad de nombres de telas cuya denominación proviene de un topónimo o gentilicio francés: *borgoña*, *bretaña*, *cambrai*, *perpiñán*, *ruan*, etc.; y otras muchas como *crepé*, *satén*, *satin*, etc.; con todas las cuales se comerciaba ya en los siglo XVI y XVII.

²⁰ La definición de *holandilla* se mantiene prácticamente sin modificación hasta la actualidad. DRAE-2001: «Lienzo teñido y prensado, usado generalmente para forros de vestidos».

manera, indirecta. En la primera se hace alusión a los alemanes del Ducado de Borgoña, es decir, a los flamencos (de la *baxa Alemania*). La segunda se trata de un derivado. Las dos voces designan prendas de vestir.

VALONES²¹. Usado siempre en plural, es un género de zargüelles, o gregüescos al uso de los Valones, gente Alemana del Ducado de Borgoña, que los introdujeron en España, de donde tomaron el nombre, segun dice Covarr. en su *Thesoro*.

VALONA. Adorno, que se ponía al cuello, por lo regular unido al cabezón de la camisa, el qual consistía en una tira angosta de lienzo fino, que caía sobre la espalda, y hombros: y por la parte de adelante era larga hasta la mitad del pecho.

El paralelismo con las definiciones del *Tesoro de la lengua castellana* de Sebastián Covarrubias es evidente:

Balon, un cierto genero de çaragueles, o greguescos; al uso de los balones. Gente Alemana del Ducado de Borgoña: Balones, y porque estos mismos traen unos cuellos de camisas, estendidos y caydos sobre los hombros llamaron en España balonas, las que han empezado a usar a este modo. (Covarrubias)

Pasamos, por fin, al grupo de voces en que se menciona Flandes, bien como referencia al lugar de donde procede la realidad que se está definiendo, bien con referencia a la etimología. En total se trata de 15 voces. Al primer grupo pertenecen *archero*, *brocha*, *brueta*, *carro de oro* y *guardia de corps*. Sólo en *brueta* se hace mención de la etimología francesa; no obstante esta voz desaparece por completo en posteriores ediciones del diccionario académico²².

ARCHERO. Soldado de la guarda principal que antes tenía el Rey de España para custodia de su Real Persóna por la Casa de Borgoña, y los traxo a Castilla el señor Emperador Carlos Quito. Estos en su establecimiento primitivo servían a caballo, pero en España sirvieron a pie [...]. Era guarda noble y precisamente compuesta de Flamencos, u descendientes de tales. Se reformó quando se formaron las quattro Compañías de a caballo, que llaman de Corps [...].

BROCHA²³. Una escobilla de pelo de javalí de Flandes igualado por las puntas, y atado en una hasta, o bastoncillo de pino, que sirve para pintar.

²¹ Hasta el DRAE-1803 se conserva en plural. La definición que recoge esa edición dice: «El natural de varios pueblos de los Países bajos que hablan un lenguaje particular que se dice ser el antiguo germánico, y lo perteneciente a ellos». El DRAE-1884 apunta: «del bajo latín *walus*; del latín *galus*, gallo» y el DRAE-1992: «derivado del alemán *Welche*, del antiguo alto alemán *walah*, nombre con que los germanos llamaban a sus vecinos romanizados».

²² Únicamente se recoge en el DRAE-1936.

²³ Respecto a la etimología, DRAE-1914 indica que proviene «del antiguo alemán *brusta*, en alemán moderno *Bürste*». En DRAE-1956 desaparece: «en alemán moderno *Bürste*», y a partir del DRAE-1992 se mantiene: «origen incierto», aunque se sugiere que pueda venir del francés *brouche* o del

BRUETA. Un carretoncillo pequeño de una rueda, como el que trahen los Amoladóres, y en él un cajón de madéra, el qual sirve para transportar de una parte a otra materíales, como son piedra, ladrillo, mezcla, tierra, aréna, y otras cosas. Es invención que de poco tiempo a esta parte vino a España de Flandes, y la trahe con este nombre el Generál de Batalla Don Sebastian Fernández de Medrano en su Ingeniero²⁴. Es mui util para las botas, porque un hombre solo transporta duplicado materíal, que dos hombres con las pariguelas, y con mayor brevedád y ligéra. Es palabra introducida del Francés *Bruvete*, que significa lo mismo.

CARRO DE ORO. Cierta tela mui fina hecha de lana, que se texe en Flandes y otras partes: la qual en siendo de toda ley y bondad despidé las manchas. La mas rica se fabricó en Bruselas, y porque el Artífice tenía por insignia a la puerta de su tienda un carro de oro, de ahí tomó el nombre esta tela, y se le dió a las que se fabrican de este género en otras partes.

GUARDIA DE CORPS. La que está definida para guardar inmediatamente la Persona del Príncipe. En España se llamaba assi La Guardia de los Archéros, y oy se dá este nombre a las tres Compañías Española, Italiana y Flamenca, que sirven al Rey acaballo y con bandolera.

Tenemos, por tanto, dos unidades léxicas relacionadas con el ejército, un objeto relativo a la pintura —lo cual no sorprende, pues la pintura flamenca era una de las más cotizadas de la época—, de nuevo un tipo de tela, y un objeto para el cual hoy utilizaríamos la palabra *carretilla*.

Recogemos ahora aquellas voces en las que los académicos mencionan la etimología flamenca del término o su uso en esta lengua:

ARNES. Armas de acero defensivas, que se vestían y acomodaban al cuerpo, enlazándolas con correas y hebillas, para que las cubriese y defendiesse. Covarr. dice que es vocablo extrangero, y que usan de él el Francés, Alemán, Flamenco, e Inglés.

BORDE. El extrémo y orilla en que remata alguna cosa. Pudo haverse tomado del Francés *Bord*, que vale orilla del vestido: y tambien del Flamenco Boordt, que significa la margen.

BOSQUE. Sitio montuoso lleno de árboles y matas espessas, o un grande pedazo de tierra lleno de árboles, que cortados suelen servir para los edificios y otros usos, y donde suelen criarse Venados y otros animales de caza. Covarr. dedúce esta voz del Francés *Bois*, que vale palo, o madéra, u del Griego *Bosco*, que es Apacentar; pero

italiano *brusca*. Por lo que respecta a la fonética, cercano al alemán estaría la palabra holandesa *borstel*, y cercano al francés la inglesa *brush*. Es obvio que comparten todas la misma etimología.

²⁴ De Sebastián Fernández de Medrano se recogen tres obras diferentes en las listas de autoridades: *Architectura militar* (tomo 6), *Descripción del mundo* (tomo 5) y *Rudimentos geométricos* (tomas 2 y 5). El primer tomo, el de la letra B, no aparece ninguna obra de este autor.

parece mas verisimil la tomassemos de la palabra Goda *Bosch*, que es la misma, suavizada la terminación. Los Flamencos llaman a la selva con esta misma terminación.

BRABANTE. Certo género de lienzo, que se fabríca en Flandes, en la Província de Bravante, de donde viene, y tomó el nombre. Hai seis espécies, que tienen distinto prrecio, segun la calidád: el más ínfimo se llama crudo, el segundo presilla, el tercero redondo, el quarto fino, el quinto floréte, el sexto y de mayor prrecio cofre.

BRAMANTE. Certo género de hilo gordo, u de cordel mui delgado hecho de cáñamo. Covarr. dice que por haver venido de la Província de Brabante le llamó asi: y que mandada la b en m le dixo Bramante.

CONTRAY. Espécie de paño mui fino, que se usaba en lo antiguo. Diósele sin duda el nombre, por ser fabricado en Contray en Flandes.

DUNAS²⁵. Voz forastera; pero mui usada en nuestras historias de Flandes, porque en aquel País llaman asi a unos montecillos de aréna que las ondas del mar forman sobre las plazas en aquellas partes adonde de ordinario llega el fluxo y reflexo, pareciendo que la naturaléa dispone estudiósamente aquellas cordilleras, para que el mar en sus mayores tempestades, no inunde la tierra en los sitios baxos. Estas Dunas en Inglaterra son de rocas escarpadas: y llamanse asi porque *Dun* en Lengua antigua Céltica quiere decir montaña o lugar eminente o lo que es mas verisimil porque *Doinen en Flamenco* es la ola del agua: y como son las ondas del agua las que forman estas montañuelas, con voz propia de aquel País las llaman *Dunen*.

ESTOCAFRIS. Guisado de pescado ceciál, deshecho en lonjas y revuelto con mostaza. Trahe esta voz Covarr., en su Thesoro, y dice que esta especie de guisado vino de Flandes, y que la voz es Flamenca compuesta de *Estoca*, que vale trozo u pedazo, y de *Fris*, que significa Pescado.

FLAMENQUILLA. Plato mediano mayór que el trinchéro y menór que la fuente o plato real, que se usa en las mesas para servir alguna fruta o manjár delicado: como azeitúnas, huevos moles, etc. Pudo llamarse asi por venir de Flandes la invencion.

GRIS. Colór obscuro entre azul y pardo. Covarr. siente es voz Flamenca o Alemana, y que sale del verbo *Griisen*, que significa Llorar, porque los que lloran sus difuntos se visten deste colór.

GUANTE. La cobertura de las manos, hecha de alguna cosa delgada: como pieles, seda, hilo, etc. cortada con el arte de cubrir separadamente los dedos. El Brocense es de dictamen se llamó Guante, por haber venido de Gante, ciudad de Flandes.

Cinco son las veces en que se menciona la autoridad de Covarrubias: *arnes*, *bosque*, *bramante*, *estocafris*, *gris* (seis si se incluye *bravante*). La etimología de *guante*,

²⁵ Solo en plural hasta 1869.

donde se cita al Brocense, procede también del *Tesoro de la lengua castellana*. Estas voces se recogen de la siguiente manera:

Arnes, lat. *Ferreus torax*, es vocablo extraniero, de que usa el Frances, el Aleman, el Flamenco, y el Inglés, *quasi guarnes*, y assi dezimos guarnido de todas armas [...].

Bosque, en Lengua gótica *busche* [...]. Es nombre francés de *bois*, *lignum*, *nemus* [...]. No embargante esto puede ser nombre griego del verbo *bosco*, *pasco*.

Bramante, es un cierto género de cordel delgado, que llamamos cordel bramante, corrompido de brabante, porque al principio se truxo de Bravantia, dicha comunemente Brabante, Provincia de Alemania, o Germania la baxa.

*Estocafris*²⁶, es un guisado de pescado cicial, deshecho en sus lonjas rebuelto con mostaça: vino este guisado de Flandes, con este nombre, espantaniños, como el diafurfuros de los boticarios, es nombre compuesto de stoca, que vale troços, o pedaços, y de fris que vale pescado.

Gris, es una color escura entre pardo y negro. El Beccano lib. 4 Hermathemae fol 86 y 87 dice ser vocablo Alemán, o Flamenco, y trae origen del verbo *grissen*, que vale lo mismo que llorar; porque los que lloran sus difuntos, y se visten de luto traen las ropas desta color [...].

Guante, la cobertura de la mano, con distinción de los cinco dedos. El nombre guante es Frances, y del lo tomó el Español, y dice guante [...]. Sánchez Brocense guante forte a Gante de Flandes como cordovan de Cordova.

La voz *arnes* efectivamente existe en todas esas lenguas que menciona Covarrubias (*Harnisch* en alemán, *harnas* en holandés, *harness* en inglés) y procede del francés antiguo *harnais*²⁷. Significa armadura y, en general, ha sido sustituida en el uso común por los sinónimos de que disponen esas lenguas. Por otro lado, su significado se ha extendido al correaje de los caballos y a las correas que sirven para sostener armas u otros utensilios sujetos al tronco del cuerpo humano. En las voces *bosque* y *gris* encontramos un error de transcripción de la etimología propuesta por Covarrubias, pues los académicos confunden en ambos casos una letra. La primera pasó al latín y de ahí a las lenguas románicas (*bosque*²⁸, *bois*, *bosco*, etc.) y la encontramos también en holandés, *bos*, para designar la misma realidad²⁹. La datación de *gris* es más difícil de precisar, pues falta para ello la primera documentación en varias

²⁶ En esta y otras definiciones se observa también la huella de Covarrubias, a quien los académicos no solo utilizan como simple autoridad etimológica o incluso como autoridad literaria (cfr. Seco 2003: 227ss.), sino también como fuente de redacción de las entradas.

²⁷ Así también lo reconocen los diccionarios de estas lenguas.

²⁸ Corominas sostiene que se tomó del catalán o del occitano *bosc* y que es palabra común al francés, las hablas del norte de Italia y los idiomas germánicos, pero concluye que su origen es incierto.

²⁹ La palabra alemana *Busch* designa arbusto o matorral, y lo mismo la inglesa *bush*.

lenguas. En cualquier caso, constatamos también el origen común en algunas lenguas románicas: *gris*, *grise*, *grigio*, *gri*, *gris* (respectivamente: español, francés, italiano, rumano, portugués³⁰) y *grijs*, en holandés³¹.

El caso de *estocafís* resulta curioso por varias razones. Covarrubias introduce una *r* que recogen los académicos en el *Diccionario de Autoridades*. *Fish* en inglés, *Fisch* en alemán o *vis* en holandés, significa pescado en las tres lenguas; lo cual esclarece el segundo elemento de esta palabra compuesta. La edición del DRAE-1884 corrige el segundo término de la palabra que pasa a ser *estocafis*, y deja de mencionarse la mostaza. *Estocafis* se define simplemente como «pescado salado y seco». En DRAE-1992 el pescado deja de ser salado: «bacalao seco y sin sal», y se le atribuye etimología inglesa (de *stockfish*). Al consultar la entrada de esta palabra en el *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, leemos bajo *stockfish*: «fish split open and dried in the air without salt, a staple food in some countries»; la expresión «en algunos países» nos sugiere que no se trata de un plato típico inglés. El francés prefiere la terminación alemana y tampoco menciona la mostaza. Así, bajo *stockfisch* dice: «morue séchée à l'air». El *Petit Robert* relaciona esta palabra con el antiguo neerlandés *stocvisch*. De vuelta al DRAE, vemos que la última edición de 2001 escribe: «del neerlandés *stokvisch*, de *stok*, bastón y *visch*, pez»; de modo que regresamos a *Autoridades*.

El recorrido de la etimología de *guante* es igualmente interesante. Covarrubias propone el francés y el Brocense el topónimo *Gante*. Los académicos se inclinan por la opinión del Brocense y así lo exponen en *Autoridades*. No obstante, en las ediciones de 1884 y 1889 apuntan que proviene del sueco *wuante*. A partir de 1914 hasta 1956 se vuelve a la etimología flamenca: «del antiguo flamenco *wante*», para pasar al franco entre 1970 y 1992 con *want*, es decir, reconoce una antigua raíz germánica³². Por fin el DRAE-2001 presenta una novedad y reconcilia etimologías anteriores: «Quizá del catalán *guant*, y este del franco **want*, cf. bajo alemán *wante*, neerlandés *want*». No queda muy claro qué entiende el DRAE-2001 por neerlandés, pues en holandés es *handschoen* y en flamenco actual *want*.

Bramante y *bravante* remiten al topónimo, como también *contray* y el diminutivo *flamenquilla*; todos situados en la región de Flandes. La argumentación etimológica cae en este caso por su peso.

Quedan por analizar las voces *borde* y *dunas*. En la primera los académicos dudan entre el francés y el flamenco. DRAE-1992 afirma que procede «del franco *bord*, lado de la nave, a través del fr. *bord*».

Respecto a *dunas* observamos su presencia en casi todas las lenguas de las que venimos hablando hasta ahora: español, francés, inglés, alemán, holandés, flamenco (respectivamente: *duna*, *dune*, *dune*, *Düne*, *duin*, *duin*). Todos los diccionarios de dichas lenguas remiten al neerlandés. No casualmente llevan este nombre dos batallas

³⁰ En portugués se usa con más frecuencia *cinza*.

³¹ En antiguo alto alemán *graō*, de ahí evolucionó a *grau* (cfr. *Wahrig*). En inglés se aprecia la misma raíz en las palabras *grey* (*gray*).

³² El *Petit Robert* remite *gant* también a la lengua de los franceses *want*. Esta voz existe también en italiano, *guanto*, pero no en portugués (*luva*).

libradas entre la armada española y la holandesa: la Batalla de las Dunas de 1639 y la de 1658. La última, con la derrota de las fuerzas españolas frente al ejército franco-británico, marcó el fin definitivo de la supremacía de los tercios españoles.

En todas las palabras de este grupo, los académicos reconocen un extranjerismo, aunque la etimología no quede siempre clara y se vaya corrigiendo en ediciones posteriores. Constatamos también aspectos ya mencionados en otras voces como son: a) la entrada de palabras a través del francés, b) la vacilación entre el alemán y el flamenco, c) voces del mundo textil y voces relacionadas con el paisaje de los Países Bajos, d) introducción de las voces en períodos diferentes.

El *Diccionario de Autoridades* recoge también tres expresiones que hacen alusión a Flandes y son reflejo de las dificultades que encontraron los españoles en los Países Bajos. La primera resalta el obstáculo que presentaba la costa holandesa para las naves españolas; la segunda y tercera destacan la fatiga que supuso el gobierno de esa región³³.

PASSAR POR LOS BANCOS³⁴ DE FLANDES. Phrase con que se expressa que alguno emprendió, o executó alguna cosa árdua, dificultosa y peligrosa. Dicese por lo peligroso que son a las embarcaciones los muchos bancos que hai en las costas del mar de Flandes.

PODER PASSAR POR LAS PICAS DE FLANDES. Phrase con que se explica que alguna cosa tiene toda su perfección, y que puede passar por cualquier censura, y vencer toda dificultad.

PONER UNA PICA EN FLANDES. Phrase con que se explica la dificultad que ha costado executar alguna cosa.

4. AUTORIDADES LITERARIAS

En la lista de autores o autoridades que preceden los respectivos tomos del *Diccionario de Autoridades* se recogen tres historias de Flandes. Una de ellas es la del cardenal italiano Guido Bentivoglio, embajador pontificio en Flandes, que aparece en el primer tomo bajo su nombre y que fue traducida dos veces al castellano, primero por Francisco de Mendoza y Céspedes³⁵ en 1638 y, años más tarde, por Basilio

³³ La última edición del DRAE-2001 nos brinda otra expresión más relacionada con Flandes: «Saltar por las picas de Flandes. Atropellar por cualesquiera respetos o inconvenientes».

³⁴ La entrada *banco de arena* está precisamente autorizada, además de por Mármol, por Basilio Baren de Soto y su traducción de *Las Guerras de Flandes* del Cardenal Bentivollo. La entrada dice así: «Una cantidad grande de esta junta y amontonada dentro del mar, y en los ríos, que sirve de peligro a las embarcaciones».

³⁵ Se recoge solo en el quinto tomo de *Autoridades* bajo «Cesped. Relac. de Flandes: Don Francisco de Mendoza y Céspedes: Traducción de las relaciones de Flandes del Cardenal Bentivollo».

Baren (Varen) de Soto³⁶ en 1687. Además, la lista de autores o autoridades menciona la obra de Bernardino de Mendoza³⁷ *Comentarios de lo sucedido en las guerras de los Países Bajos desde el año 1567 hasta el de 1577*, publicada en Madrid en 1592 y *La guerra de los Estados Bajos*, de Carlos de Cóloma³⁸, publicada en Amberes en 1625. Es evidente que hay otras obras como la de Prudencio de Sandoval, *Historia de Carlos Quinto*, o la de Antonio de Herrera, *Historia de Felipe Segundo*, por citar solo dos ejemplos, que recogen también los hechos históricos de la época que analizamos.

Aunque se podría esperar que la mayoría de las voces vengan autorizadas por estos autores, solo hay tres —*dique* (por Carlos Cóloma), *burgomaestre* y *dunas* (por Baren de Soto)—, que así lo hacen. Aparte de eso, en dos ocasiones se mencionan explícitamente las Historias de Flandes dentro del artículo lexicográfico:

BURGOMAESTRE. [...] Hállase esta voz muy frecuentemente en las Historias de Flandes.

DUNAS. [...] Voz forastera; pero mui usada en nuestras historias de Flandes.

Cuando se trata de telas, la mayoría vienen autorizadas por la *Pragmática de tasas de 1680* (*frisa*, *holanda*, *holandilla*, *bramante*, y también *guante*). Sin embargo, no destaca ninguna fuente; más bien predomina la variedad: *Recopilación de las leyes del Reino* (*frisa*, *arnes*), *Historia de Nueva España* (*dique*) de Antonio de Solís, *El Quijote* (*holanda*) de Miguel de Cervantes, *Retrato del buen vasallo* (*brocha*) de Francisco Pinel y Monroy, *Diálogo de medallas* (*arnes*) de Antonio Agustín, Fray Hortensio (*flamenquilla*), Juan Eusebio Nieremberg (*bramante*), Joseph Pellicer (*borde*), etc. Apenas se repite ninguna. Como sucede siempre, también hay voces que no cuentan con autoridad literaria (*acciones*, *clarín*, *brueta*, *carro de oro*, *estocafris*); pero son las menos. Por tratarse de autoridades literarias y no etimológicas, no las hemos añadido a las citas, para no recargar innecesariamente el texto.

5. CONCLUSIONES

El total de voces y expresiones relacionadas de alguna manera con Flandes es relativamente escaso. Si dejamos de lado las que hacen una mera alusión (*alta*, *anegadizo*, *archero*, *baxa*, *flinflón*, *guardia de corps*), el número se reduce a 23 voces, de las cuales 7 remiten a topónimos (*brabante*, *bramante*, *contray*, *frisa*, *holanda*, *holandilla*, y *flamenquilla*) relacionados casi todos con la producción textil. Sabemos

³⁶ Esta obra se recoge en los seis tomos bajo «Baren. Guerr. de Flandes: P. Basilio Baren de Soto. Traducción de la guerra de Flandes del Cardenal Bentivollo».

³⁷ El tercer tomo de *Autoridades* recoge esta obra bajo «B. Mend. Coment.: Don Bernardino de Mendoza: Comentario de las guerras de Flandes».

³⁸ Aparece en los seis tomos de *Autoridades* bajo «Colom. Guer. de Fland.: Don Carlos Cóloma: Historia de la guerra de Flandes».

que Flandes desarrolló diversos centros donde se elaboraban ricas telas que eran demandadas por las élites europeas. Comerciantes y manufactureros colaboraron en el desarrollo de la economía, lo cual promueve paralelamente el desarrollo de núcleos urbanos y un alto nivel de vida de artesanos y labradores. No sorprende, por tanto, que predomine el campo textil, que abarca casi la mitad de las voces si añadimos *carro de oro, clarín* (de etimología latina) y *guante*.

El resto de las palabras están asociadas a campos nacionales diversos: el paisaje, la ciudad, la guerra, la banca, la pintura, etc. La cuestión etimológica es más complicada que en el caso de los topónimos. Por un lado, tenemos *acciones* y *estufa*, de raíz latina; *bosque, burgomaestre* y *gris*, de raíz germánica; y *crema* y *arnes* de origen francés (aunque varios diccionarios remiten al escandinavo como lengua de origen de la palabra francesa *harnais*). La presencia de *brueta* en el *Diccionario de Autoridades* parece ser ocasional; pues, como vimos, desaparece. El caso de *borde* y *brocha* queda por resolver. Finalmente tenemos *dique, duna* y *estocaf(r)is*, como muy probables flamenquismos.

Como ya se ha indicado, el *Diccionario de Autoridades* no posee aún un sistema desarrollado de marcación lexicográfica. Esto hace pensar que pueda contener otras voces relacionadas con Flandes. Traemos a colación dos ejemplos que confirman esta afirmación. Se trata de las voces *anascote* y *escaparate*. La primera define una tela, proviene de un topónimo, llega a través del francés y la autoriza la *Pragmática de tasas de 1680*:

ANASCOTE. Espécie de tela, o texido que se fabrica de lana, de que se hacen mantos y otras cosas.

El DRAE-1884 señala la vía por la que llega: «del francés *anascot*»; el DRAE-1970 precisa «del antiguo francés *anascot* y éste de Hondschoote, ciudad de Francia»; y finalmente el DRAE-1992 corrige: «del nombre de la ciudad flamenca *Hondschoote*, a través del antiguo francés *anascot*»³⁹.

Veamos la entrada de *escaparate* en *Autoridades*:

ESCAPARATE. Alhája hecha a manéra de alhacéna o almário, con sus puertas y andénes dentro, para guardar buxerías, barros finos y otras cosas delicadas, de que usan mucho las mugéres en sus salas de estrádo para guardar sus dixes. El origen de esta voz es Teutónico.

Tampoco aquí se menciona Flandes. No obstante, si consultamos ediciones posteriores del diccionario académico, llegamos a la etimología flamenca de la palabra. El DRAE-1884 apunta: «del latín *ex*, y *apparatus*, prevención, aparato», mientras que el DRAE-1899 ya recoge «del flamenco *Schapraeye*, armario». La modificaciones continúan en el DRAE-1914 «del holandés *Schaprade*, armario», y DRAE-1936 «del

³⁹ En la actualidad pertenece a Francia y colinda con Bélgica.

medio neerlandés *scaprade*, armario», para finalmente corregir en DRAE-1992 «del neerlandés medio *schaprade*, armario»⁴⁰.

En definitiva, la reconstrucción de la etimología es y seguirá siendo el caballo de batalla de la lexicografía. Por eso, no nos sorprende que se sigan haciendo modificaciones en este terreno. El objetivo de este artículo ha sido presentar aquellas voces que los académicos del siglo XVIII asociaron a Flandes en el *Diccionario de Autoridades* y analizar el origen y la historia de estas. El acervo de voces conservadas resulta escaso, si se considera que los Países Bajos estuvieron algo más de dos siglos sometidos al gobierno español. Este hecho se explica, por otro lado, por el predominio lingüístico del francés.

RECIBIDO: septiembre de 2013. ACEPTADO: octubre de 2013

BIBLIOGRAFÍA

- COROMINAS, Joan y José Antonio PASCUAL (1983-1991): *Diccionario crítico y etimológico castellano e hispánico*, Madrid: Gredos, 6 tomos, 3.ª reimpresión.
- COVARRUBIAS, Sebastián de (1611): *Tesoro de la lengua castellana o española*, Madrid-Méjico: Ediciones Turner, 1943, edición facsímil.
- DICHTL, Gerald (1998): «Los comienzos de la lexicografía hispano-neerlandesa», en María Teresa FUENTES MORÁN y Reinhold WERNER (eds.): *Lexicografías iberorrománicas: problemas, propuestas y proyectos*, Frankfurt-Madrid: Vervuert-Iberoamericana, 13-32.
- GÓMEZ-PABLOS, Beatriz (2002): «El léxico especializado en el *Diccionario de Autoridades*», en Mar CAMPOS SOUTO y José Ignacio PÉREZ PASCUAL (eds.): *De historia de la lexicografía*, A Coruña: Toxosoutos, 107-118.
- HERRERO SÁNCHEZ, Manuel (2002): «¿Alternativa al modelo dinástico? Génova, las Provincias Unidas y la monarquía hispánica en la segunda mitad del siglo XVII», en Ana CRESPO SOLANA y Manuel HERRERO SÁNCHEZ (coords): *España y las 17 provincias de los Países Bajos. Una versión historiográfica (XVI-XVIII)*, Córdoba: Universidad de Córdoba y Fundación Carlos de Amberes, 191-227.
- JIMÉNEZ RÍOS, Enrique (2001): *Variación léxica y diccionario: Los arcaísmos en el diccionario de la Academia*, Frankfurt-Madrid: Vervuert-Iberoamericana.
- PÉREZ BUSTAMANTE, Rogelio (2000): *El gobierno del Imperio español*, Madrid: Comunidad Autónoma de Madrid.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (1726-1739): *Diccionario de Autoridades*, Madrid: Gredos, 1960, edición facsímil.
- SALVADOR ROSA, Aurora (1985): «Las localizaciones geográficas en el *Diccionario de Autoridades*», *Lingüística Española Actual* VII-1: 103-139.

⁴⁰ Wahrig recoge *Schapp* (armario de doble puerta) y señala que procede del bajo alemán.

- SECO, Manuel (2003): *Estudios de lexicografía española*, Madrid: Gredos.
- VERMEIR, René (2002): «En el centro de la periferia. Los gobernadores generales en Flandes (1621-1648)», en Ana CRESPO SOLANA y Manuel HERRERO SÁNCHEZ (coords): *España y las 17 provincias de los Países Bajos. Una versión historiográfica (xvi-xviii)*, Córdoba: Universidad de Córdoba y Fundación Carlos de Amberes, 389-402.
- VVAA (1974): *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, Oxford: Oxford University Press.
- VVAA (1977): *Petit Robert. Dictionnaire de la langue française*, París: Société du Nouveau Littré, novena edición.
- VVAA (2001): *Wahrig. Deutsches Wörterbuch*, Múnich: Bertelsmann Lexikon Verlag.

LE «DOUBLE» PRINCIPE D'IDIOMATICITÉ EN TRADUCTION LITTÉRAIRE¹

M.^a Isabel González Rey

Université de Saint-Jacques-de-Compostelle

RESUME

Traduire l'idiomaticité d'un texte littéraire ne revient pas à traduire seulement la phraséologie employée dans le texte en question, mais aussi l'ensemble des moyens linguistiques présents dans sa composition. Pour ce faire, il faut considérer l'idiomaticité sous deux angles: au sens strict, dans une perspective intralinguistique et au sens large, dans une perspective interlinguistique. Au sens strict, le principe d'idiomaticité mis en œuvre dans une langue donnée est de nature phraséologique. Or ce principe passe au double au sens large dans l'activité traduisante par le biais de l'idiomatisation, procédé qui dépasse les limites du strictement phraséologique pour rendre «tout le génie» de la langue d'arrivée. Lors de cette procédure, la notion d'équivalence devient fondamentale et son caractère d'unité de traduction préétablie limitée aux équivalents phraséologiques est remis en cause, en faveur de ce qu'on dénomme désormais le «texte équivalent». Cette étude se centre donc sur la nature idiomatique de la traduction littéraire, toute chargée qu'elle est de la formulation créative du texte d'origine.

MOTS-CLÉS: idiomaticité, phraséologie, traduction littéraire, équivalence.

ABSTRACT

Translating the idomaticity of a literary text is not just to translate the phraseology employed in the text in question but also all the linguistic means used in its composition. To that end, idomaticity must be regarded in two ways: in a narrow sense, the idiom principle set up in a given language is phraseological in nature. But, in a broad sense, this principle doubles throughout the translation as a result of idiomatisation, a procedure that exceeds the strictly phraseological limits in order to achieve the «genius» of the target language. In this procedure, the notion of equivalence becomes basic, as its character generally limited to phraseological units is disputed in favour of the so-called «equivalent text». Thus, this paper aims at enhancing the idiomatic nature of literary translation, as it is entrusted with the creative expression of the original text.

KEY WORDS: idiomaticity, phraseology, literary translation, equivalence.

227

1. INTRODUCTION

En traduction, le transfert d'un texte en langue source à un texte en langue cible suit une démarche complexe de décodage et d'encodage du sens, liée à une déconstruction et reconstruction d'expressions linguistiques régies par la norme mais aussi par l'usage. Or ces expressions, libres ou figées mais en tout cas propres de chaque langue, contribuent à en conformer l'idiomaticité. Appliquée à la traduction littéraire, nous tenterons de démontrer que traduire l'idiomaticité d'un texte ne se limite pas à trouver des termes ou des expressions équivalentes; il s'agit de traduire le «génie d'une langue» dans une langue qui a son propre génie.

2. IDIOMATICITÉ AU SENS STRICT ET AU SENS LARGE

L'idiomaticité est une notion généralement liée au système discursif d'une langue, aussi bien en situation de production de texte au premier degré (réécriture dans une langue donnée) qu'au deuxième degré (traduction dans une langue d'arrivée). Dans le premier cas, il s'agit d'une idiomaticité intralinguistique², conformée par les moyens linguistiques de la langue de réécriture et dans le second, d'une idiomaticité interlinguistique, obtenue par le biais d'une transposition de la forme et du sens dans un autre système linguistique. Cela dit, une distinction s'impose dans chacun des deux cas: en idiomaticité intralinguistique la notion d'idiomaticité se limite généralement à son sens strict (ou principe d'idiomaticité simple), c'est-à-dire à la combinatoire figée des langues, tandis qu'en idiomaticité interlinguistique, cette notion peut prendre un sens large (double principe d'idiomaticité), en ce sens que le processus d'idiomatisation lors de l'activité traduisante déborde la combinatoire figée des langues en question et s'étend à l'ensemble du texte à traduire.

2.1. L'IDIOMATICITÉ INTRALINGUISTIQUE

L'idiomaticité intralinguistique se trouve reliée, à l'intérieur d'un système linguistique donné, aux combinaisons de mots et à leur figement par rapport à la syntaxe libre de cette même langue. Dans ce sens, les tentatives de définition se

¹ Cet article s'encadre dans le projet de recherche intitulé «Adquisición de la competencia idiomática y discursiva del francés lengua extranjera en contexto español: Elaboración de un corpus textual bilingüe con fines didácticos» (code FFI2010-15092), soutenu par le *Ministerio de Economía y Competitividad* espagnol.

² Cf. GREIMAS (1960) qui distingue deux types d'idiomaticité: l'idiomaticité issue de la comparaison d'un état de langue réel avec la réalisation idéale de cette même langue (idiomaticité intralinguistique) et l'idiomaticité dérivée de la comparaison des langues entre elles (idiomaticité interlinguistique).

présentent généralement sous deux points de vue: le point de vue linguistique et le point de vue psycholinguistique.

D'un point de vue linguistique, l'idiomaticité appliquée à la phraséologie est une notion d'ordre sémantique qui sert à définir certaines expressions phraséologiques en leur attribuant le trait de la non compositionnalité ou non déductibilité du sens. Cette non compositionnalité est d'ordinaire de nature interne à la composition de l'expression qui présente soit un désajustement du sens entre le sens littéral et le sens idiomatique dont la déduction se fait grâce à un procédé métaphorique qui demande à l'usager l'effort d'une interprétation du sens littéral (p.ex. *jeter de l'huile sur le feu* 'attiser un désir, pousser à la dispute³), soit une structure devenue agrammaticale qui exige elle aussi un réajustement du sens (p.ex. *parler politique/affaires/chiffons*⁴). Toutefois cette non compositionnalité peut être également externe, mise en avant au moyen d'énoncés non prévisibles par rapport à la situation d'énonciation (p.x. *C'est du joli* pour indiquer tout le contraire).

D'un point de vue psycholinguistique, la notion d'idiomaticité est d'ordre cognitif et se définit par rapport aux usagers d'une langue donnée en fonction du degré de connaissance qu'ils ont de ces expressions figées et de l'interprétation qu'ils en font. Dans ce sens, cette définition en arrive parfois à s'opposer aux arguments linguistiques. Ainsi, même du point de vue linguistique l'idiomaticité des expressions fondée sur la non compositionnalité et l'agrammaticalité aboutit à l'opacité sémantique, du point de vue psycholinguistique nombre de ces expressions sont considérées comme analysables, et même transparentes pour les usagers⁵. Or cette prise de position est rebattue à son tour par d'autres spécialistes comme P. Ďurčo⁶ qui a même démontré que pour que l'usager puisse se prononcer sur la part sémique que chaque composant apporte à l'expression, il demande d'abord à en connaître le sens phraséologique. D'autres⁷ enfin soutiennent que les usagers, apprenant ces expressions par cœur, auraient pu très bien accepter n'importe quel autre sens attribué à ces mêmes expressions, annulant ainsi définitivement tout rapport entre sens littéral et sens idiomatique.

³ Les définitions sont tirées du dictionnaire *Le Petit Robert* (1996).

⁴ Dans ses emplois idiomatiques le verbe *parler* admet plusieurs types de constructions selon sa nature intransitive (p.ex. *parler du bout des lèvres*), transitive indirecte (p.ex. *parler de la pluie et du beau temps*) ou transitive directe (p.ex. *parler politique*). Les deux premières constructions sont grammaticales du point de vue syntaxique, à l'opposé de la dernière qui, elle, présente une structure agrammaticale. Pour rétablir le sens, le dictionnaire *Le Petit Robert* suggère d'accorder au verbe *parler* la signification de 'aborder', et explique la structure par le biais d'une omission, dans ce cas, de l'article. Or il nous semble que la construction transitive directe résulte plutôt de l'ellipse de la préposition dans la construction transitive indirecte libre 'parler de qqch.', ce qui permet d'établir un lien entre les deux types de constructions et indique qu'il y a eu évolution dans la structure, et non pas dans le sens du verbe. Le changement du verbe serait éventuellement une interprétation ultérieure.

⁵ Cf. des cognitivistes comme GIBBS, 1994.

⁶ Cité par MELLADO BLANCO, 2005.

⁷ Cf. KEYSAR & BLY, 1999.

Cela dit, la notion d'idiomaticité n'opère pas seule dans la consolidation des unités phraséologiques d'une langue donnée. Elle interagit avec d'autres facteurs qui favorisent la formation de ces éléments polylexicaux, tels que le figement et la fréquence. Ainsi Ch. Bally⁸ allie le critère du figement et le critère sémantique pour réaliser sa classification des groupements des mots: les combinaisons libres, nommées aussi «associations occasionnelles» ou «groupements passagers», qui offrent une cohésion momentanée des termes; les groupements usuels et les unités phraséologiques, caractérisés par une cohésion fréquente et une cohésion permanente, respectivement. Or ces unités phraséologiques comportent, outre la cohésion permanente, ce que Bally nomme *l'oubli du sens des éléments*, d'où la notion sémantique actuelle de l'idiomaticité, définie ci-dessus comme la non compositionnalité des termes dans une suite de mots figés.

D'autres spécialistes relient par contre l'idiomaticité à la fréquence. Ainsi, avec l'école anglaise, le concept s'éloigne du domaine sémantique et se rapproche des critères de la linguistique de corpus fondés sur les indices de fréquence et de co-apparition des termes sur l'axe syntagmatique. Créeée par le spécialiste à visée lexicographique J. Sinclair sous le terme de *idiom principle*, cette notion opère quand «the choice of one word affects the choice of others in its vicinity»⁹. Elle suit le principe nommé *mutual choice*, qui s'oppose au principe des choix ouverts (*open-choice principle*), pour expliquer les règles de la combinatoire lexicale d'une langue. Le premier de ces deux éléments (*idiom principle*) rend compte du grand nombre de séquences semi-construites présentes dans le lexique et que l'usager doit stocker en mémoire comme un tout, en opposition au second élément (*open-choice principle*) selon lequel le lexique est formé de mots isolés que l'on peut combiner à l'infini à condition de respecter les règles grammaticales de la langue.

Toutefois, ces différentes définitions de l'idiomaticité restreintes à la phraséologie deviennent pour certains spécialistes trop étroites. C'est avec A. Greimas que la notion prend pour la première fois un sens large qui dépasse la phraséologie d'une langue, s'étendant à tout son système discursif et allant même au-delà. En effet, pour lui, toute langue comporte des particularités qui la rendent unique et, puisque tout ce qui est propre à une langue donnée est idiomatique, toute langue est idiomatique en tant que telle¹⁰. D'où sa distinction entre idomaticité intralinguistique et idomaticité interlinguistique.

⁸ Cf. BALLY, 1951[1909]: 66.

⁹ Cf. SINCLAIR, 1991: 170-172.

¹⁰ Cf. GREIMAS, 1960: 42.

2.2. L'IDIOMATICITÉ INTERLINGUISTIQUE

L'idiomaticité interlinguistique se situe dans une perspective contrastive, en ce sens que l'idiomaticité d'une langue source se vérifie dans ce qu'elle a de différent par rapport à une langue étrangère ou à une langue cible, et cela à n'importe quel niveau: phonétique, syntaxique, sémantique ou pragmatique. Pour la définir, deux approches différentes l'abordent, l'une selon la production de textes en langue étrangère, l'autre selon la pratique traduisante.

Ainsi, F.-J. Hausmann, dont les propositions¹¹ sont orientées vers la production de textes, surtout en langues étrangères, soutient que la langue révèle son idiomaticité lorsqu'elle est vue «à travers les lunettes d'une langue étrangère»¹². De ce fait, il considère essentiel de savoir quelle est l'information lexicale nécessaire pour produire des textes vraiment idiomatiques. Cette «approche sens <-> texte vise à élucider les rapports entre descriptions sémantiques profondes et réalisations dans une langue donnée», comme l'indique U. Heid (1992: 526).

Pour commencer, Hausmann réduit les groupements de mots à deux grands types: les combinaisons figées et les combinaisons non figées. Les premières représentent les locutions idiomatiques: *la chambre forte*, *laver la tête à qqn*. Parmi les secondes, il distingue trois autres types:

- 1) La combinaison libre, nommée également «co-création»: *une maison agréable, regarder un arbre*;
- 2) La combinaison stylistique ou «contre-création» provenant de la plume d'un écrivain pour rendre un effet de style: *la nudité noueuse, le jour fissuré, la route se rabougrit*;
- 3) La collocation: *un ton péremptoire, le mur fissuré, rentrer sa colère*.

Les combinaisons fixes ou locutions idiomatiques sont caractérisées par leur figement sémantique, c'est-à-dire qu'elles ne sont interprétables que dans leur entièreté. Quant aux trois autres, leur sémantisme est plus ou moins le produit de leurs composants. La propriété qui leur est commune est la cooccurrence des formatifs. L'auteur établit la différence entre les trois groupes d'après l'affinité des termes placés en co-apparition. Ainsi, les combinaisons libres produisent des séquences qui suivent les règles de la syntaxe, de la sémantique et du bon sens. Les combinaisons stylistiques relèvent d'un effet de style voulu qui combine des termes dont l'assemblage n'est ni fréquent ni librement concevable. Les collocations, enfin, se caractérisent par l'affinité des deux éléments qui les composent.

Cela dit, Hausmann fait une différence entre ce qu'il nomme «expressions idiomatiques» (c'est-à-dire les combinaisons figées) et «principe d'idiomaticité».

¹¹ Cf. HAUSMANN, 1979, 1998.

¹² Cf. HAUSMANN, 1979: 279.

Rejoignant les thèses de Greimas (le fait idiomatique étant au cœur de la langue¹³), l'idiomaticité dépasse chez lui le cercle restreint des locutions non compositionnelles et ne se limite donc pas à une question de lexique.

Selon la deuxième approche, D. Siepmann (2008) cherche à atteindre un compromis entre la théorie de J. Sinclair et celle de F.-J. Hausmann par rapport à l'activité traduisante, en ajoutant un nouveau principe aux deux principes sinclairiens, le «principe de créativité», principe qui permettrait de chapeauter les contre-creations hausmanniennes ainsi qu'un nouveau type de groupement de mots qu'il propose sous le nom de «créations affines». Ces créations affines rendent compte de certaines combinaisons stylistiques inspirées des associations fréquentes. Un exemple donné par l'auteur se trouve dans l'expression «economically clad», employée par C. Dexter dans son roman *The Wench is Dead* (2001), dont la forme renvoie à la collocation «scantly clad», du fait que «economically» est un synonyme partiel de «scant». Ce genre de transfert analogique apparaît dans d'autres constructions et expliquerait qu'une expression telle que *a two-hour drive* ait pu servir de modèle à la création affine *a 27-hour meander by sledge*. Voici en résumé la proposition de Siepmann, fondée sur un principe de fréquence:

Principe d'idiomaticité		Principe de créativité	Principe des choix ouverts
<i>Co-création</i>	<i>Collocation</i>	<i>Création affine</i>	<i>Contre-création</i>
<i>beautiful clad</i> (350 résultats sur Google Books)	<i>scantly clad</i> (799 résultats sur Google Books)	<i>economically clad</i> 24 résultats sur Google Books)	<i>thirstily clad</i> (0 résultats sur Google Books)

Si nous comparons cette proposition aux antérieures, nous constatons que les co-creations de Siepmann appartiennent au groupe hausmannien des combinaisons non figées. De ce fait, elles ne relèvent pas du principe d'idiomaticité mais plutôt du principe des choix ouverts, au même titre que les contre-creations, puisqu'aucun de ces deux types de combinaisons n'est prédictible. Même si les indices de fréquence les placent aux antipodes les unes des autres, le facteur de co-apparition des termes représente le critère employé par Sinclair pour distinguer les combinaisons relevant du *mutual choice* et celles fondées sur l'*open-choice principle*. Dans la proposition de Siepmann, le principe d'idiomaticité de Sinclair concerne les combinaisons figées de Hausmann, c'est-à-dire les locutions idiomatiques; tandis que le principe des choix ouverts concerne les combinaisons non figées, à savoir les groupes de co-création (combinaisons libres), les groupes de contre-création (combinaisons stylistiques) et les collocations. Or, l'idiomaticité chez Hausmann n'étant pas un critère discriminatoire dans sa classification des groupements de mots,—tout dans une langue est idiomatique pour lui,—, il s'avère risqué de chercher à appliquer le principe d'idiomaticité

¹³ Cf. HAUSMANN, 1997: 289.

sinclairien à la typologie hausmannienne sans faire cette distinction de départ entre idiomatичit t au sens large et principe d'idiomaticit t au sens strict.

Nous allons voir maintenant quelles sont les notions en vigueur dans la pratique traduisante de l'idiomaticit t d'une langue source dans une langue cible.

3. IDIOMATICIT T ET TRADUCTION

Les études consacrées à cette problématique peuvent adopter deux points de vue différents mais complémentaires: le point de vue bilingue (propre des travaux lexicographiques et didactiques) et le point de vue interlingual (propre des travaux traductologiques). Cependant à la base de ces deux types d'approche se trouve la notion d'équivalence, généralement consid r e e comme la procédure par excellence, la plus utilis e , et même la plus recommand e  en phraséologie contrastive¹⁴. En effet, appliquant le sens strict de l'idiomaticité intralinguistique à partir du principe sinclairien, à savoir la combinatoire fig e , au domaine de la traduction, l'idiomaticité interlinguistique qui en résulte est le produit d'une démarche traduisante qui consiste à rendre l'idiomaticité d'un texte en langue cible au moyen d'équivalents phraséologiques ou pas.

3.1. LA NOTION D' QUivalence EN TRADUCTION PHRASÉOLOGIQUE

Le premier problème que pose la notion d'équivalence est celui de sa définition, question qui est loin d'être r solue¹⁵. Ainsi, d'après une définition devenue classique de J. P. Vinay et J. Darbelnet (1958: 9), *l'équivalence* est au départ un procédé de traduction direct de nature strictement sémantique qui «rend compte de la même situation que dans l'original, en ayant recours à une rédaction entièrement différente». Or le concept est souvent concurrencé par celui de *correspondance* qui, lui, s'appuie davantage sur les traductions de mots ou d'expressions déjà t b lies dans les dictionnaires.   ces deux termes s'ajoutent d'autres comme celui d'*analogie*, souvent utilisé dans le cadre du lexique-grammaire, ou *d'homologie*. De ce fait, la notion d'équivalence va devenir plus précise par la suite grâce à un grand nombre d'études offrant plusieurs tentatives de classification des types d'équivalences à l'oeuvre en phraséologie interlinguistique, fondées sur différents critères qui se croisent souvent: formels, sémantiques et pragmatiques.

Au départ, ce sont surtout les critères formels et sémantiques qui entrent en jeu dans l' tablissem t d'une classification des types d'équivalences. En effet,

¹⁴ Cf. CORPAS & LEIVA, 2005: 57.

¹⁵ A. MEJRI (2008: 184) souligne le flou conceptuel et le flottement terminologique existant autour du terme d'* quivalence*.

D. Dobrovolskii¹⁶ établit en 1988 une typologie qui distingue trois types d'équivalence, typologie reprise par la suite par de nombreux spécialistes qui chercheront à la perfectionner selon les langues de travail, à savoir: l'équivalence absolue ou totale (même signifié et même isomorphisme syntaxique et lexical entre expression d'origine et expression cible), l'équivalence partielle (même signifié entre les deux expressions mais avec des variations lexicales plus ou moins grandes) et l'équivalence nulle (sans coïncidence entre les deux expressions sur le plan formel). Or, de ces trois types, ce sont surtout les équivalences partielles qui présentent un spectre plus ou moins grand selon les spécialistes¹⁷ et les critères impliqués. Vu le grand nombre d'études portant sur la question, nous nous limiterons ici à présenter un petit échantillon illustrant la problématique.

Ainsi J. Paszenda¹⁸ établit en 1998 un croisement entre le critère formel et sémantique pour aboutir au même classement que Dobrovolskii (l'équivalence totale: identité pleine entre les deux expressions sur le plan syntaxique et sémantique ; l'équivalence partielle: structure formelle différente mais même signification; et équivalence zéro: même contenu conceptuel mais avec des images différentes), à quelques nuances près¹⁹. Par contre, C. Camugli Gallardo (2008: 69) articule, dans le cadre du lexique-grammaire, cinq types d'équivalences (qu'elle nomme « analogies ») en dédoublant le cas des équivalences partielles. Elle distingue donc:

- a) les expressions rigoureusement équivalentes tant du point de vue lexical, syntaxique que sémantique;
- b) les équivalences qui présentent la même signification portée par une structure analogue mais avec une légère variation lexicale;
- c) les équivalences partageant la même aire lexico-sémantique mais avec des structures syntaxiques différentes;
- d) les équivalences totalement différentes tant du point de vue lexical, syntaxique que sémantique;
- e) les équivalences «fausses», deux expressions pouvant présenter des structures et un lexique proches mais dont les acceptations sont tout à fait divergentes.

Si nous comparons cette dernière classification aux deux antérieures, il est évident qu'elle incorpore les deux propositions d'équivalence partielle avancées par Dobrovolskii et Paszenda, respectivement et en ajoute une dernière, à savoir les « fausses » équivalences, sur laquelle nous reviendrons plus tard.

¹⁶ Cf. BUCKINGHAM, 2006: 18.

¹⁷ Pour la paire de langues allemand-espagnol, B. WOTJAK (1992: 46-50) distingue quatre types d'équivalence partielle et P. LARRETA ZULATEGUI (2001: 69) trois. Cf. ROMERO GANUZA *et alii*, 2008: 171-174.

¹⁸ Cf. MEJRI, 2008: 185.

¹⁹ En effet, nous observons que pour l'équivalence partielle il insiste davantage sur les différences syntaxiques que lexicales.

D'autres spécialistes complètent enfin le concept d'équivalence en incorporant des notions telles que «l'invariance idiomatique», introduite par M. de Gioia (2011: 118) dans le cadre du lexique-grammaire, qui dépasse l'équivalence des expressions prises séparément pour atteindre toutes les expressions d'une même famille idiomatique. Soit la famille (F): *[Max fume] comme UN (cheminée + locomotive + pompier + sapeur + troupier]*, la traduction d'une quelconque expression de cette famille fondée sur l'emploi des équivalents sémantiques regroupés dans la famille (I): *[Max fuma] come UN (camino+ ciminiera + locomotiva + turco + vaporiera)* fournit non seulement l'idée de base (Max fume beaucoup), «ce qui permet de parler d'invariance sémantique», mais aussi l'information sur la même nature idiomatique de la structure dans les deux langues (F) (I), ce qui permet de parler d'invariance idiomatique.

Cela dit, nous allons voir comment la notion d'équivalence va s'élargir encore pour atteindre un niveau supérieur, là où intervient le critère pragmatique. Mais auparavant, il convient d'aborder une notion collatérale à celle de la notion d'équivalence, à savoir l'inéquivalence.

3.2. LA NOTION D'INÉQUIVALENCE EN TRADUCTION PHRASÉOLOGIQUE

Parler d'équivalence implique aussi parler d'inéquivalence en traduction phraséologique. Ce concept peut être pris littéralement, dans le sens de manque d'équivalent pour traduire les expressions figées d'une langue source dans une langue cible, ce qui amène le traducteur à utiliser des procédés de traduction indirects pour le faire, tels que la paraphrase, l'omission, l'emprunt, le calque, l'adaptation, la compensation, et même la traduction littérale²⁰.

Mais le concept d'inéquivalence s'applique également à la remise en question de la notion d'équivalence elle-même. En effet, bien que les spécialistes qui s'appuient sur les trois principaux types d'équivalence soutiennent le bien fondé de l'existence de l'équivalence totale ou absolue, cette existence est interpellée par bien d'autres qui l'ont défendue aussi au départ, comme c'est le cas de Dobrovolski (2005). Il existe effectivement une tendance à relativiser le haut degré d'équivalence des expressions du premier type, notamment depuis l'incorporation des points de vue cognitiviste et culturel. Ainsi, pour Dobrovolski (2005: 360) « [...] la mayoría de los fraseologismos que tradicionalmente se han considerado como equivalentes absolutos están en realidad muy lejos de serlo. Se han sugerido varias explicaciones a este fenómeno. Ante todo, cuanto más progreso se realiza en el análisis semántico, mayor número de elementos del lexicón resultan ser específicos de la lengua [...] ». Il en est de même en ce qui concerne les images mentales évoquées par ces expressions, car bien qu'elles soient identiques dans les deux langues, leur origine se trouve d'ordinaire dans des métaphores conceptuelles différentes. Tout cela amène l'auteur à vouloir comparer

²⁰ Pour tous ces procédés, voir GONZÁLEZ REY (2008).

ces prétendues expressions équivalentes afin d'en dégager les traits non parallèles selon une analyse des trois dimensions: syntaxe, sémantique et pragmatique, et à les distinguer des pseudo-équivalents.

En effet la pseudo-équivalence²¹ se présente sous un faux «air de famille» entre deux expressions qui semblent être (partiellement) équivalentes mais qui ne le sont pas²². Il s'agit en fait de la traduction d'une expression de la langue d'origine rendue dans une construction à composants analogues ayant même un support iconique très proche. En outre, l'expression «pseudo-équivalente» garde la même structure formelle que d'autres expressions de la langue cible, ce qui renforce l'illusion chez le récepteur d'être en face d'une expression pleinement idiomatique. Seule une analyse détaillée (surtout après avoir constaté que l'expression n'est relevée dans aucun répertoire) dévoile l'emploi manipulé de l'expression lors de l'activité traduisante.

En bref, la procédure préconisée par Dobrovolskiï permet de démontrer que la seule équivalence qui existe est celle qui rend compte d'une expression en contexte, et c'est ce contexte qui détermine quelle traduction peut lui être attribuée : soit au moyen d'un équivalent direct, strictement phraséologique, soit au moyen d'un équivalent indirect, dit fonctionnel ou encore textuel. Cette perspective, qui rompt avec l'idée d'une traduction préétablie en L2 pour une expression en L1, remet en cause les rapports entre idiomatique et traduction.

3.3. LA NOTION D'ÉQUIVALENT FONCTIONNEL/TEXTUEL

Connaître les équivalents absous, partiels ou non coïncidents des expressions d'une L1 dans L2 est, certes, très utile dans une approche bilingue, c'est-à-dire du point de vue lexicographique (pour l'élaboration des dictionnaires) ou didactique (pour l'acquisition d'une langue vivante). Mais en est-il de même dans une approche interlinguale en traductologie? Dobrovolskiï (2005: 363) en doute. Il est d'avis que «la opinión de que una traducción adecuada debe tener la misma cantidad de fraseologismos en el texto meta que en el texto fuente (que se encuentra a menudo en la bibliografía sobre fraseología) es absurda» affirme-t-il, car non seulement la traduction d'un phrasème par un autre, mais aussi l'équivalence des éléments lexicaux pris isolément s'avèrent indifférents pour atteindre une bonne traduction. Ce qui importe en matière de transcodage, c'est l'adéquation globale du texte, et de ce point de vue, l'adéquation de l'équivalent d'une expression donnée dépend à chaque fois des conditions textuelles où elle est employée²³. Dans ce sens, A. Sierra Soriano (2008 : 228) défend l'idée qu'en traductologie «le meilleur équivalent sera celui qui sera ressenti comme «sien» par un locuteur [...], indépendamment de l'image qui y

²¹ Cf. CORPAS & LEIVA, 2005: 67.

²² Voir plus haut les équivalences «fausses» de Camugli Gallardo.

²³ De ce point de vue, DOBROVOL'SKIÏ (2005: 363) remet en cause la légitimité scientifique des recherches comparées menées dans ce domaine.

figure ou du domaine dont il est issu». En effet, sous cette perspective, G. Scurtu (2008: 207) nous rappelle que dans l'analyse contrastive interviennent deux types de spécificités, «qui sont:

- des spécificités *idiiosyncrasiques* (visant le découpage de la réalité extralinguistique et se rapportant au niveau d'analyse du système et de la norme de la langue);
- des spécificités *idiomaticques* (s'appliquant aux unités dont le sens global est différent du sens cumulatif des constituants et qui ont, le plus souvent, des correspondants qui ne sont pas construits à partir des hétéronymes partiels)».

Or l'analyse contrastive de ces spécificités, encadrée dans la linguistique énonciative, se réalise au niveau de l'usage et non du système, et démontre, d'une part, que les équivalences de traduction (qu'elle nomme *homologies*) négligeant les paramètres énonciatifs (énoncé-événement-situation) se révèlent inopérants, et d'autre part, qu'il n'existe pas de choix collectifs à caractère stable en traductologie.

Une fois accepté cet état des faits, le traducteur doit rendre l'idiomaticité du texte traduit non seulement en se mettant en quête de l'équivalence phraséologique mais aussi de l'équivalence textuelle, comme le soutient A. Clas (2011: 72) pour qui le traducteur est «un habile manieur des équivalents de sens possibles entre ses langues de travail».

Ces arguments, qui interpellent la notion même d'équivalent appliquée à la traduction de l'idiomaticité prise dans un sens strict, vont nous permettre d'aborder le dernier volet de notre étude concernant le double principe d'idiomaticité à l'œuvre en traduction littéraire, imbriquant le sens strict dans un sens large. Pour ce faire, il convient d'analyser avant les liens entre idiomaticité et littérature.

4. IDIOMATICITÉ ET TEXTE LITTÉRAIRE

Par rapport aux autres types textuels (informatifs, argumentatifs, explicatifs, etc.), le texte littéraire vise l'esthétique dans sa forme et dans son fond. Dans ce sens, il est le lieu de la création, de l'innovation, de l'originalité linguistique, et par conséquent la considération dans laquelle il est tenu le situe à l'extrême bout de la préfabrication du langage. Comme l'indique M. Pecman (2005: 5):

Si, en raison de leur caractère préconstruit, les unités phraséologiques sont souvent placées à l'extrême opposé de la créativité langagière, il ne faut pas perdre de vue que toute créativité naît d'un écart par rapport à un schéma établi, et ne peut exister que du fait de l'existence de celui-ci. A toute atypie préexiste un type. C'est ce qui confère précisément à toute manifestation de créativité sa singularité, voire son étrangeté.

D'après les principes d'idiomaticité et des choix ouverts précités, la qualité d'un texte littéraire serait donc fonction directe du degré de présence de l'un ou de l'autre dans le texte. À plus d'idiomaticité, plus de présence d'expressions figées, et donc moins d'originalité; à plus de choix ouverts, plus de constructions libres, sty-

listiques ou créatives, et donc une plus grande valeur littéraire. Or rien de plus faux, le paradoxe se trouvant dans le fait qu'aucun texte littéraire ne peut faire l'impasse sur le recours inévitable aux préconstruits de la langue. Sa qualité ne peut donc se résoudre à une question arithmétique restreinte au calcul de chacun des types de combinaisons. En réalité l'unité minimale fonctionnelle du texte n'est pas le lexème mais le groupement de lexèmes, quel que soit le principe qui le conforme. Au-delà de ces groupements, la valeur spécifique du texte littéraire consiste dans l'agencement particulier qu'en fait l'auteur pour former son discours.

Au plan de la production, le texte littéraire est essentiellement un travail sur la forme. Il est la matérialisation linguistique de la pensée déverbalisée, et de ce fait l'auteur ne se limite pas à «chercher ses mots» pour transcrire son «vouloir dire», mais des phrases qui, au-delà de cet objectif, provoquent un effet particulier chez le lecteur au moyen d'une stylistique qui se veut originale. La valeur d'un texte littéraire, indépendamment du genre, est souvent jugée à travers différents aspects formels, allant de l'emploi du mot jusqu'à la syntaxe, en passant par le système de sonorités et les réservoirs d'images. L'œuvre est considérée comme étant d'autant plus réussie qu'elle s'écarte du convenu. Les stratégies d'écriture employées par les auteurs attirent davantage l'intérêt pour la lecture du texte littéraire du fait qu'elles jouent avec la langue. Il y a donc concert à dire que le texte littéraire est le résultat esthétique d'un écart par rapport à la norme²⁴. Cela dit, nous pouvons dire que le texte littéraire emploie également des expressions courantes et figées, et son originalité se trouve, en conséquence, dans l'articulation particulière de ces unités en vue de transmettre une pensée singulière. En bref, le texte littéraire est composé de groupements divers, formés tout autant par le principe d'idiomaticité au sens strict que par le principe des choix ouverts.

Il convient, toutefois, de ne pas confondre idiomaticité et stylistique. L'idiomaticité dans un texte littéraire relève, certes, de la présence d'expressions figées dans le discours, mais aussi et surtout de leur articulation avec les combinaisons non figées. La stylistique, elle, a trait à l'utilisation particulière de la langue que fait l'auteur dans l'acte de création. De ce point de vue, l'idiomaticité du texte littéraire consiste dans les rapports qu'entretiennent les phrasèmes avec le récit.

4.1. TRADUCTION LITTÉRAIRE ET TEXTUALITÉ

Au plan de la traduction, les caractéristiques du texte littéraire peuvent déterminer chez le traducteur un comportement traduisant particulier qui le situe dans un espace où se joue l'enjeu d'un subtil équilibre entre sa fidélité au texte et sa liberté d'expression. Les traducteurs visant l'excellence, indépendamment de la nature des textes qu'ils ont à traduire, se doivent de mobiliser des mécanismes et des procédés pour garantir cet

²⁴ Pourrait-on en dire autant des textes en langue de spécialité qui utilisent des termes, une syntaxe et des genres discursifs propres au domaine de connaissances, telle que la langue juridique?

équilibre. La traduction littéraire est un concept très présent dans les programmes de formation des traducteurs, définie généralement par rapport à la traduction technique ou professionnelle. Autour de ce clivage traditionnel s'organise d'ailleurs le reste des dichotomies touchant le traducteur et le processus traductologique: opposition entre art et technique, écart entre créativité et contrainte, différence entre terme et référent, séparation entre traducteurs sourciers et traducteurs ciblistes. Cependant certains remettent en question le binôme traduction littéraire/traduction technique, tel Y. Gambier (2009: 11), «comme si on ne pouvait pas se spécialiser en traduction littéraire, ni jamais faire de la traduction littéraire son activité professionnelle». Toutefois cette réflexion sceptique bute chez ce spécialiste contre sa propre conviction sur le caractère hybride que possède tout texte²⁵. Pour lui, tout traducteur est confronté dans la pratique à un texte à hybridité scalaire, de telle sorte qu'une traduction littéraire peut poser les mêmes problèmes de terminologie qu'une traduction dite technique et qu'une traduction technique peut présenter les mêmes problèmes de style qu'une traduction littéraire. Il s'ensuit que «les «problèmes» de la traduction, littéraire ou non littéraire, ne sont plus désormais liés à la nature prétendue essentialiste du texte [...]. La distinction entre traduction littéraire et non littéraire est donc arbitraire et toujours partielle. Est-ce une platitude de la répéter depuis des décennies tandis que les programmes de formation des traducteurs demeurent souvent fondées sur elle?» (*Ibidem*, p. 13).

Cela dit, peut-on vraiment faire l'impasse sur cette distinction entre traduction littéraire et traduction non littéraire du seul fait que les problèmes posés par l'une ou l'autre se retrouvent dans une plus ou moins large mesure dans tous les textes? Il est bien évident qu'il existe d'autres facteurs qui caractérisent chacune des deux, relevant surtout de l'usage qui en est fait²⁶. En traduction littéraire, le plaisir de la lecture est une fin en soi, sans aucune autre utilité que de se laisser emporter par les mots. De ce fait, la qualité de la traduction met en cause la formation du traducteur. Cette qualité est perçue en premier lieu par le lecteur. C'est lui qui évalue la traduction, et donc le traducteur. Or le paradoxe est que si la traduction est mauvaise, le lecteur cherchera davantage à savoir qui en est l'auteur. Par contre, si elle est bonne, le lecteur est pris pas le message, comme s'il lisait le texte original, au point que le traducteur en est effacé²⁷. Mais ceci n'arrive que dans une première lecture. Dans des lectures plus attentives la qualité de la traduction devient même un objet d'étude. De ce point de vue donc, l'idiomaticité de la langue prend tout son sens puisque ce plaisir dans la lecture en dépend, d'où l'importance du traducteur face au texte littéraire.

²⁵ J.-R. LADMIRAL (2005: 97) souligne la double dimension, à la fois «littéraire» et «technique», inhérente à tout texte.

²⁶ La notion d'usage s'avère essentielle, comme le démontre N. GORMEZANO (2008), pour définir la traduction spécialisée car les textes techniques sont porteurs de toutes les spécificités de l'usage: domaine professionnel précis, milieu socio-professionnel, topoï spécifiques à la production du document, à sa réception, à son état de marchandise, à sa valeur fondamentalement pragmatique, etc.

²⁷ Un nombre croissant de maisons d'éditions en Espagne ont décidé de rendre visible les traducteurs en faisant figurer leur nom sur la couverture, au même titre que l'auteur, et dans le même type de police.

4.2. TRADUCTION ET IDIOMATISATION

La notion d'idiomaticité est considérée d'ordinaire sous le point de vue d'un état de langue. En effet, les définitions qui nous ont été fournies jusqu'à présent concernent la forme établie d'une langue donnée dans sa synchronie. Or l'idiomaticité constitue, en fait, le résultat d'un phénomène concret, celui de l'idiomatification. Cela est particulièrement évident dans l'idiomaticité intralinguistique, car certaines expressions dites idiomatiques (ou non compositionnelles) peuvent dériver de combinaisons libres qui, sous le procédé de l'idiomatification, ont «perdu» leur sens littéral et ont acquis un sens figuré. Les «nouvelles» combinaisons se sont ainsi idiomatisées par transposition sémantique. De même, dans l'idiomaticité interlinguistique, l'idiomatification est un procédé qui est à l'œuvre dans la pratique traduisante, permettant non seulement de rendre les équivalences des expressions du texte source (idiomaticité au sens strict) mais aussi l'idiomaticité de la langue dans son entiereté (idiomaticité au sens large). Lors de cette activité, l'idiomatification suit un processus cognitif qui va d'une démarche sémasiologique du texte en langue source vers une démarche onomasiologique devant aboutir à une «formulation créative de sens»²⁸ en langue cible.

Cette procédure parvient à un double résultat: le texte traduit s'avère investi d'un double principe d'idiomaticité, pris au sens strict et au sens large. En effet, sur le plan de la pratique traduisante, les deux types s'imbriquent au point que tout texte traduit est géré par un double principe d'idiomaticité: un principe d'idiomaticité au premier degré dont le processus relève de la phraséologisation proprement dite du texte, se limitant à la combinatoire fixe de la langue, et un principe d'idiomaticité au second degré visant l'ensemble de toutes les ressources linguistiques employées dans le texte en question, résultant du procédé d'idiomatification²⁹.

Tenant compte des contributions antérieures, nous proposons d'expliquer cette notion dans le schéma qui suit:

«DOUBLE» PRINCIPE D'IDIOMATICITÉ				
Idiomaticité des choix restreints (Phraséologisation)		Idiomaticité des choix ouverts (Idiomatisation)		
Équivalent phraséologique (direct)	Équivalent non phraséologique (indirect)	Co-création	Contre-création	Création affine

²⁸ Cf. CLAS, 2011: 70. Cette idée est présente aussi chez A. SIERRA SORIANO (2008: 229) pour qui la *conceptualisation* représente la partie la plus importante du processus de traduction des expressions idiomatiques.

²⁹ Pour plus de détails, consulter M.^a Isabel GONZÁLEZ REY (sous presse): «Fraseologización e idiomatización en traducción literaria», en Manuel SEVILLA MUÑOZ (ed.): *Enfoques actuales para la traducción fraseológica y paremiológica: ámbitos, recursos y modalidades*, Instituto Cervantes, Biblioteca Fraseológica y Paremiológica, serie «Monografías».

Dans ce tableau, nous partons de la notion d'idiomaticité prise au sens large (Greimas, Hausmann) pour indiquer le caractère idiomatique des textes littéraires produits au second degré en matière de traduction. À l'intérieur, les deux principes sinclairiens sont à l'œuvre dans l'organisation du texte: d'une part, le principe des choix restreints (*idiom principle*), selon lequel la traduction des expressions phraséologiques est rendue par un système d'équivalents fonctionnels fondé sur un *continuum* allant de l'équivalence phraséologique (à savoir des équivalents directs) à l'équivalence non phraséologique (à savoir des équivalents indirects); d'autre part, le principe des choix ouverts qui regroupe l'ensemble des co-créations et contre-créations hausmanniennes ainsi que les créations affines de Siepmann, ayant toutes en commun la libre sélection des termes, quel que soit le moyen d'expression (le langage commun, le langage stylistique, le langage créatif). Nous retenons l'idée de Siepmann en ce qu'il faut distinguer plusieurs types de choix ouverts et nous proposons pour cela de prendre en considération, d'une part, les combinaisons qui sont en accord avec la norme (les co-créations), d'autre part, les combinaisons qui constituent une déviation plus ou moins grande par rapport à l'usage (les créations affines), et enfin, les combinaisons qui présentent un indice de fréquence égale à 1 (les contre-créations).

Cette proposition contribue à démontrer que la traduction investit le texte d'une double idiomaticité. En effet, nous sommes de l'avis que le principe d'idiomaticité opère sur deux plans: dans l'organisation interne des éléments du lexique à un stade préalable à l'actualisation du discours, et lors de l'élaboration d'un texte dans son entièreté, quelle qu'en soit sa nature. L'idiomaticité ne relève pas seulement du fonctionnement syntaxique du terme dans son réseau de co-occurrences selon la norme ou l'usage dans une langue donnée. Il s'agit en fait d'un concept qui déborde l'aspect lexical de la langue et qui atteint plutôt ses particularités expressives. De ce point de vue, si tout texte ou discours est imprégné d'idiomaticité dans la langue d'origine, sa traduction en langue étrangère se doit de sauvegarder ce caractère dans la langue d'arrivée afin que les lecteurs/auditeurs y reconnaissent les particularités propres à leurs langues et le tiennent pour tel.

5. POUR CONCLURE

Dans la procédure traductologique, la notion d'idiomaticité sert à aborder le texte d'origine en analysant de près sa composition. Le groupement de mots est l'unité fonctionnelle de base dans l'élaboration des différents textes, et dans ce sens, leur analyse sert de fil conducteur aux traducteurs. La distinction des différents types de groupes de mots que nous proposons, à partir des principes de Sinclair et les classifications de Hausmann et de Siepmann, nous amène à distinguer les co-créations, les contre-créations et les créations affines, placées sous le principe des choix ouverts, et les expressions phraséologiques, sous le principe des choix restreints (idiomaticité au sens strict). Cela dit, l'agencement particulier de ces groupements accorde toute sa spécificité au texte littéraire. Le traducteur, en tant que lecteur d'abord, se doit d'évaluer l'expressivité du texte, et comme médiateur ensuite, de recréer le même effet esthétique sur le lecteur de la langue cible. Sa fonction consiste donc, dans un

premier temps, à reconnaître tous les éléments qui rendent le texte idiomatique dans la langue source pour aller ensuite en quête de l'idiomaticité de la langue cible.

L'idiomaticité est un principe actif, fonctionnel, dans l'élaboration des discours en langue maternelle ou étrangère: il se trouve dans les expressions figées, certes, mais aussi dans tout ce qui rend la langue vivante. Dans ce sens, le texte représente une force centrifuge qui attire à lui l'idiomaticité de la langue en mobilisant tous ses mécanismes de composition. Or le principe d'idiomaticité passe du simple au double, sous l'action de la phraséologisation et de l'idiomatisation qui se trouvent à l'œuvre dans l'activité traduisante, surtout en ce qui concerne la traduction littéraire car c'est là où se joue le plus le compromis entre l'auteur et le lecteur.

RECEBIDO: abril de 2013. ACEPTADO: junio de 2013

BIBLIOGRAPHIE

- BALLY, Charles (1951): *Traité de Stylistique française*, vol. 1. Genève: Librairie Georg & Cie; Paris: Librairie Klincksieck (1^e édit. 1909).
- BENJAMIN, Walter (1971): «La tâche du traducteur», *Œuvres*, T. 1, *Mythe et violence*. Paris: Denoël.
- BUCKINGHAM, Louisa (2006): «Modelos icónicos y clasificación de las unidades fraseológicas según un corpus multilingüe (bosnio-serbo-croata, alemán e inglés)», en J. GARCÍA-MEDALL (ed.): *Fraseología e ironía. Descripción y contraste*. Lugo: Axac, 13-30.
- CAMUGLI GALLARDO, Catherine (2008): «Expressions figées, gestes, gestuelle et gestualité. Difficultés d'interprétation entre italien et français», en C. GONZÁLEZ ROYO & P. MOGORRÓN HUERTA (eds.): *Estudios y análisis de fraseología constrastiva: Lexicografía y traducción*. Alicante: Universidad de Alicante, 67-81.
- CLAS, André (2011): «Le figement et les choix du traducteur», en C. GONZÁLEZ ROYO & P. MOGORRÓN HUERTA (eds.): *Fraseología constrastiva: lexicografía, traducción y análisis de corpus*. Alicante: Publicaciones Universidad de Alicante, 61-73.
- CORPAS PASTOR, Gloria & J. LEIVA, Jorge (2005): «La oralidad del discurso escrito: la traducción de unidades fraseológicas en *Während Meine Schöne schläft*», en J. de D. LUQUE DURÁN & A. PAMIES BERTRÁN (eds.): *La creatividad en el lenguaje: colocaciones idiomáticas y fraseología*. Granada: Granada Lingüística (Método Ediciones), 53-72.
- DE GIOIA, Michele (2011): «*Carrément* : un lexique bilingue pour la phraséologie contrastive et pour la traduction», en C. GONZÁLEZ ROYO & P. MOGORRÓN HUERTA: *Fraseología constrastiva: lexicografía, traducción y análisis de corpus*. Alicante: Publicaciones Universidad de Alicante, 109-124.
- DOBROVOL'SKIĬ, Dmitrii (2005): «Sobre la equivalencia translingüística de los fraseologismos», en J. de D. LUQUE DURÁN & A. PAMIES BERTRÁN (eds.): *La creatividad en el lenguaje: colocaciones idiomáticas y fraseología*. Granada: Granada Lingüística (Método Ediciones), 359-380.
- ĎURČO, Peter (1994): *Probleme der allgemeinen und kontrastiven Phraseologie: Am Beispiel deutsch und Slowakisch*. Heidelberg: Groos.

- GAMBIER, Yves (2009): «Les traducteurs créateurs: des spécialistes ou des professionnels?» en *Théorie, pratique et didactique de la traduction spécialisée* (Actes du Colloque international *Théorie et didactique de la traduction spécialisée*, Craiova (Roumanie), 28-29 mai 2009), 9-24.
- GIBBS, Raymond W. (1994): «Why idioms are not dead metaphors», en C. CACCIARI & P. TABOSSI (eds.), *Idioms, processing structure and interpretation*. Hillsdale, New Jersey: Erlbaum Associates, Inc. Publishers, 57-77.
- GONZALEZ REY, M.ª Isabel (Hrsg.) (2008): *A Multilingual Focus on Contrastive Phraseology and techniques for Translation*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač.
- GORMEZANO, Nathalie (2008): «La notion d'usage en traduction technique», *Hermeneus* n.º 10, 13-20.
- GREIMAS, Algirdas (1960): «Idiotismes, proverbes, dictons», *Cahiers de Lexicologie* 2, 41-61.
- HAUSMANN, Franz-Joseph (1979): «Un dictionnaire de collocations est-il possible?», *Travaux de linguistique et de littérature* 17, 187-195.
- HAUSMANN, Franz-Joseph (1997): «Tout est idiomatique dans les langues», en M. MARTINS-BALTAR (éd.): *La locution entre langue et usages*. Fontenay/St. Cloud: ENS Éditions, 277-290.
- HAUSMANN, Franz-Joseph (1998): «O diccionario de colocacións. Criterios de organización», en X. FERRO RUIBAL (dir.), *Actas do I Coloquio galego de Fraseoloxía*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia, 63-81.
- HEID, Ulrich (1993): «Décrire les collocations: deux approches lexicographiques et leur application dans un outil informatisé», *Terminologie & Traduction* 2/3, 523-548.
- KEYSAR, Boaz & BLY, Bridget Martin (1999): «Swimming against the current: Do idioms reflect conceptual structure?», *Journal of pragmatics* 31, 1559-1578.
- LADMIRAL, Jean-René (2005): «Formation des traducteurs et traduction philosophique», *Meta: Journal des traducteurs*. Vol. 50, n.º 1. Montréal: Les presses de l'Université de Montréal, 96-106.
- MEJRI, Asma (2008): «La traduction des séquences figées: le cas des textes littéraires», en P. MOGORRÓN HUERTA & S. MEJRI (dirs.): *Las construcciones verbo-nominales libres y fijas. Aproximación contrastiva y traductológica*. Alicante: Universidad de Alicante, 183-189.
- MELLADO, Carmen (2005): «Convergencias idiomáticas en alemán y español desde una perspectiva cognitivista», en J. de D. LUQUE DURÁN & A. PAMIES BERTRÁN (eds.), *La creatividad en el lenguaje: colocaciones idiomáticas y fraseología*. Granada: Granada Lingüística, 73-96.
- NATANSON, B. (2000): «Humorismo, machismo y violencia: algunos problemas de traducción en novelas de P.I. Taibo II y Juan Damonte», *P.R.O.H.E.M.I.O.* n.º 3, 309-332.
- PECMAN, M. (2005): «De la phraséologie à la traductologie proactive: essai de synthèse des fondements théoriques sous-tendant la recherche en phraséologie», *Meta: Journal des traducteurs*, vol. 50, n.º 4. Montréal: Les presses de l'Université de Montréal, 1-10.
- ROMERO GANUZA, Paula, BATISTA RODRÍGUEZ, José Juan & GARCÍA PADRÓN, Dolores (2008): «Aproximación contrastiva a las UF del campo semántico-conceptual de la 'alegría' en español y alemán», en M.ª I. GONZÁLEZ REY (Hrsg.): *A Multilingual Focus on Contrastive Phraseology and techniques for Translation*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač, 169-185.
- SIEPMANN, Dick (2008): «Idiomaticité et traduction: essai d'une systématisation», en P. BLUMENTHAL & S. MEJRI (eds.), *Les séquences figées: entre langue et discours*. Stuttgart: Steiner, 175-195.
- SCURTU, Gabriela (2008): «Deux types d'équivalence pour les 'expressions figées?'», en M.ª I. GONZÁLEZ REY (Hrsg.): *A Multilingual Focus on Contrastive Phraseology and techniques for Translation*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač, 205-216.

SIERRA SORIANO, Ascensión (2008): «La phraséologie de la tauromachie dans la langue populaire : aspects sémantiques de la traduction espagnol-français», en M.ª I. GONZÁLEZ REY (Hrsg.): *A Multilingual Focus on Contrastive Phraseology and techniques for Translation*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač, 217-233.

SINCLAIR, John M. (1991): *Corpus, Concordance, Collocation*. Oxford/N. York: Oxford University Press.

VINAY, Jean Paul & DARBELNET, Jean (1958): *Stylistique comparée du français et de l'anglais*. Paris: Didier.

WOTJAK, Barbara (1992): «Probleme einer konfrontativen Phraseologieforschung am Beispiel verbaler Phraseolexeme (PL)», en J. KORHONEN (ed.) (1992): *Untersuchungen zur Phraseologie des Deutschen und anderer Sprachen: einzelsprachspezifisch-kontrastiv-vergleichend*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 39-60.

LA MODALIDAD PARATEXTUAL.
TEORÍAS Y APLICACIONES NARRATOLÓGICAS
EN LA CONFECCIÓN DEL LIBRO DE BOLSILLO

Juan Jesús Sánchez Ortega

Universidad de Almería

RESUMEN

En este trabajo nos centraremos en las diferentes concepciones que ha recibido la modalidad paratextual desde el momento en que fue adoptada por la crítica especializada como una forma de acercar el texto al lector y, por consiguiente, de captar su atención. Llevaremos a cabo una descripción pormenorizada de toda su evolución y tras ello la exemplificaremos con varias editoriales de bolsillo de postín.

PALABRAS CLAVE: paratexto, discurso auxiliar, portada, editorial, libro de bolsillo.

ABSTRACT

In this work, we will focus on the different conceptions which has received the paratextual mode from the time it was adopted by the critics as a way of bringing the text to the reader and, therefore, to get their attention. We will carry out a detailed description of all its evolution and after that we will exemplify it with several relevant paperbacks.

KEYWORDS: paratext, auxiliary discourse, cover, editorial, paperback.

1. EL PARATEXTO EN EL LIBRO. INTRODUCCIÓN
Y PRIMERAS CONCEPCIONES

Adoptando y adaptando las palabras de S. Sabia (2005: 37), «los lectores no entramos nunca en contacto con el texto novelesco de modo directo, sino de forma mediatizada». Es más, debemos ser conscientes de que los textos impresos, por lo general, van destinados a un receptor plural y a un mercado. Esta «mediatización» que concierne a la lógica comunicacional y pragmática de toda obra tiene su razón de ser merced a una serie de instrumentos y estrategias que responden al nombre de *paratexto*.

Proliferan [...] en el caso de los libros, fundas, bandas, tapas de colores llamativos, destinadas a captar la atención del lector con un mensaje corto y directo, que se añade al más clásico de solapas y contratapas (Alvarado, 2006: 14-15).

Etimológicamente, por «paratexto» entenderíamos todo lo que rodea o acompaña al texto, en tanto que *para* sería lo equivalente a «junto a, al lado de». Dicho esto, no existe una evidencia clara de cuál es la frontera que delimita el *texto del entorno*.

Gérard Genette (1987: 16), uno de los primeros críticos en ocuparse del paratexto, afirmaba que este concepto se encontraba estrechamente ligado al diseño editorial y añadía que era total la dependencia —generalmente de índole semántica y de máxima pertinencia para una lectura cabal— que el discurso en sí mantiene con su título general, el de cada uno de sus capítulos o partes, y otros elementos como prefacios, notas, marginalia, ilustraciones... *Paratexto* es, básica y resumidamente, «un discurso auxiliar, al servicio del texto, que es su razón de ser».

En una línea similar, Daniel Jacobi (1984: 25) lo detalla como el «conjunto de elementos del cotexto a los que el propio texto puede remitir por un sistema de referencias señalizadas como 'ver fig.' o 'cf.'».

No obstante, J.F. Peña (1998: 25) advierte que este discurso auxiliar a la lectura es muy válido para el lector inconformista, aquel que se pregunta cosas antes de empezar a empaparse de las letras del autor, pero no es así de fructífero en un lector «joven», en el cual habría que despertar dicho interés.

La definición completa de paratexto que expuso Genette (1987: 7), y que acto seguido citaremos, hemos de advertir que ha sido el punto de arranque de numerosos investigadores de teoría literaria y hoy, todavía, son frecuentísimos los críticos que se acercan a ella para retomar sus estudios especializados:

L'œuvre littéraire consiste, exhaustivement ou essentiellement, en un texte [...]. Mais ce texte se présente rarement à l'état nu, sans le renfort et l'accompagnement d'un certain nombre de productions, elles-mêmes verbales ou non, comme un nom d'auteur, un titre, une préface, des illustrations, dont on ne sait pas toujours si l'on doit considérer qu'elles lui appartiennent, mais qui en tout cas l'entourent et le prolongent, précisément pour le présenter, au sens habituel de ce verbe, mais aussi en son sens le plus fort: pour le rendre présent, pour assurer sa présence au monde, sa «réception» et sa consommation, sous la forme, aujourd'hui du moins, d'un livre. Cet accompagnement, d'ampleur et d'allure variables, constitue ce que j'ai baptisé ailleurs, conformément au sens parfois ambigu de ce préfixe en français -voyez, disais-je, des adjectifs comme «parafiscal» ou «paramilitaire»-, le paratexte de l'œuvre.

De esta extensa disquisición sonsacamos dos concepciones: por un lado, que las funciones del paratexto son principalmente presentar el texto y condicionar su recepción; y, por otro, que cuando Genette redactó esta idea ya era consciente de que tanto el género novelesco en sí, como el texto y el paratexto, iba a sufrir importantes evoluciones.

Hay que remarcar —incluso quizá debiéramos haberlo hecho antes— una idea que posiblemente hayamos ido interiorizando a partir de lo expuesto y que puede llevarnos a posteriores equívocos: el paratexto no es un «descubrimiento» de los novelistas contemporáneos. Estos únicamente le han dado nombre a algo latente desde un período inmemorial. Clasificamos como elementos paratextuales todos aquellos con una naturaleza heterogénea, bien sea en títulos, subtítulos, dedicatorias, prólogos, introducciones, ilustraciones, notas dirigidas a los lectores, lugar y fecha de publicación, etc.

En ese etcétera del entorno paratextual es en donde Francisco Álamo (2009: 7) inscribe los nuevos y últimos elementos que

lo han ido completando progresivamente; así, por ejemplo, podríamos referirnos a la integración del sonido como uno más de los medios expresivos utilizados por la novela [...]; a las diversas entrevistas realizadas a los autores y que suelen tratar los aspectos técnicos y de sentido del libro tratado; y, también, las referencias al corpus científico e investigador realizado en torno a estas obras de creación y que suelen aclarar sus presupuestos estéticos e ideológicos.

Por tanto, podemos decir que la novedad paratextual viene determinada por el interés que la crítica le viene tributando desde hace relativamente poco tiempo a este fenómeno; ahora bien, no es una creación de la centuria pasada.

1.1. LA CLASIFICACIÓN DEL PARATEXTO SEGÚN S. SABIA

De acuerdo con la clasificación genérica que propuso Saïd Sabia (2005), todos los elementos paratextuales se archivan en dos bloques: según si son responsabilidad del autor, en cuyo caso se definen como «paratexto autorial», o del editor, por lo que vienen a llamarse «paratexto editorial».

El primero de los paratextos, el *autorial*, comprende la total responsabilidad del autor; en este sentido, es él mismo quien elige y/o formula los fragmentos del texto y, en su caso, los otros elementos paratextuales tan en boga últimamente (imagen y sonido¹) que acompañan a su texto. En esta categoría de paratexto se dan también cita elementos como el título, los subtítulos (cuando los hay), las dedicatorias, los epígrafes, los prólogos y epílogos, las notas introductorias y/o finales, etc.

Pero lo que realmente nos interesa en este momento es la relación del escritor con su obra. Esta situación quien mejor la sabe ver es Julio Peñate Rivero², y a él nos remitimos. Para precisar esa posición de privilegio afirma que debemos diferenciar las siguientes categorías: *conocimiento, militancia y sacralidad*.

En el primer caso, el escritor avista su función como una forma de inquirir, de demostrar y de representar la realidad. Se siente capacitado, investido de cierta autoridad, para realizar esta triple actividad satisfactoriamente.

¹ Según M. ALVARADO, «cuanto más avanza el imperio de lo audiovisual, más importancia asumen los componentes materiales e icónicos del paratexto. En cuanto el texto se hace público, deja de bastarse por sí mismo y reclama la puesta en juego de una estrategia orientada a 'captar' y satisfacer las exigencias de ese receptor plural. Con el auge de la imagen, los textos impresos deben 'entrar por los ojos' para poder competir en el mercado de las comunicaciones y el consumo cultural. El color y las técnicas de reproducción de la ilustración constituyen [...] argumentos de mercado, que permiten al material impreso competir con los productos de la comunicación audiovisual, principalmente en algunas franjas, como los productos destinados al público infantil» (ALVARADO 2006: 24).

² Ver «El superventas en el marco de la industria editorial. Un estudio empírico de las listas de éxitos», en *Éxito de ventas y calidad literaria...*, 1993: 53-85.

Por otro lado, la actitud militante presume la voluntad de intervención en el espacio social con el fin de suscitar los valores que se consideran dignos de ser respetados. El autor quiere ser conciencia pública y piensa en la literatura como el cauce más apropiado para realizarlo.

En tercer lugar, hemos de considerar la apreciación de la actividad creativa como comprometida únicamente consigo misma o, más exactamente, con el lenguaje, entendiéndolo como supremo objeto de atención. Este pensamiento es el que puede derivar en una sacralización de esa empresa: lo que importa no es comunicar ni transmitir, sino expresar.

En suma, el escritor debe ajustar dos elementos que en principio parten como opuestos: la permanencia en las listas gracias a la novedad de su oferta, primariamente, y última, ser sensible a la demanda, a lo que la coyuntura popular reclama. La sumisión al mercado será condición de su prestigio.

Y llegamos al «paratexto editorial», el que más vicisitudes presenta y el que ha hecho correr más tinta entre los estudiosos de crítica literaria. Esta modalidad guarda gran relación con lo último que hemos expuesto del paratexto autorial, pues tiene que seguir a rajatabla unas necesidades específicas del mercado (y, a su vez, de la congruencia comercial), y al mismo tiempo depende de la capacidad, los medios y las estrategias de edición, difusión y distribución correspondientes a la política seguida por la casa editorial. Dependerá también de si nos referimos a una primera edición de la obra o si se trata de una reimpresión de la misma edición, o de una redición, o de si el autor es conocido o no, si su obra anterior ha tenido buena acogida de público y de crítica, etcétera (Sabía 2005).

La cuestión es que estamos en un mundo donde lo monetario despunta por encima de todas las cosas, y en tiempos de crisis, como apunta R. Acín (2011: 5), los grandes sellos editores (antaño «literarios»), «prefieren evitar los sustos económicos y primar lo que, a su parecer, puede serles rentable a muy corto plazo». Ello conlleva —además de un descenso muy considerable en la calidad literaria— que solo se apueste por nombres con un crédito mediático previo, por tramas que descansan en personajes sobresalientes de la Historia, por succulentas porciones de terror en sagas descafeinadas, por crónicas vampíricas fantosías y con un romanticismo efectista, por un suspense trepidante que se adoba con bajos instintos...

Y si las editoriales o, incluso, los «comités editoriales» (formados por responsables financieros y comerciales), mandan, los *best-sellers* son su mejor reclamo. Sobre ellos vierten su confianza y con ellos aguardan la rentabilidad de su apuesta financiera. De hecho, Peñate Rivero (1993: 81) corrobora que «la edición del superventas está perfectamente profesionalizada y se mueve en un medio empresarial de nivel muy respetable, concentrado y mercantilizado».

1.2. EL VALOR DEL SECTOR MERCANTIL EN EL PARATEXTO EDITORIAL

Los intereses mercantiles que forman parte de este «juego» han de ser tomados en cuenta como una variable básica para calcular la complejidad del campo de estudio que venimos examinando. En la actualidad, aún podemos rastrear casos —escasos— de propietarios independientes que se sienten tentados de hacer prevalecer

sus miras, a sabiendas de que lo que prima verdaderamente son los intereses globales de los grandes grupos. No obstante, estos editores independientes son una minoría y en términos muy escuetos a la par que simples, podríamos decir que el editor que ha conquistado una cuota de mercado importante, un espacio natural perenne en las ventas, lo que ansía a toda costa es mantener su presencia en el mismo. Cueste lo que cueste... El pensamiento en voz alta del editor que goza de cierta reputación sería algo así: «esto que estoy viviendo es la ley del más fuerte y si no mantengo mi posición con voluntad y dedicación total, otro usurpará mi trono».

El editor tiene que ser consciente de la necesidad de plantearse su oficio no solo como una mera toma de decisiones a la hora de elaborar sus planes, sino que debe convertirse en el primer portavoz de su producto y demostrar de este modo su autosuficiencia. Que él no tiene la exclusividad del mundo editorial tendría que ser su «vademécum personal», su punto de partida. Aparte de esto, ha de ser sensato y consecuente con el esfuerzo a realizar, puesto que ya no bastan tanto como antes las relaciones públicas, las presentaciones de libros que no obtendrán eco mediático alguno o esas opíparas comidas con los directores de las secciones de cultura o de los suplementos de artes y letras para presentarles sus novedades.

Lola Galán (2006) reconoce que

todas las editoriales —con sus mejores editores a la cabeza— se han puesto a buscar esa piedra filosofal literaria que transforme un título en éxito planetario, poniendo al servicio del producto equipos especializados capaces de pulir los diamantes en bruto o, incluso, de convertir en diamante el carbón.

Pero no creamos que siempre esos equipos de especialistas consiguen los elevados objetivos propuestos por la empresa que los tiene en nómina. ¿Resultado de esto? Una restructuración total y necesidad de reinventarse y evolucionar. El progreso de la edición, para Luis Sufién (2011: 17), tiene que ver con la de la propia sociedad que la sostiene. Según este estudioso de crítica literaria, «cambia el editor porque la edición, a causa del desarrollo de una sociedad en cambio, exige una estrategia que requiere nuevos saberes». Así, tal cual, sin más.

La clave es hilar muy fino, pues lo difícil es acertar y lo sencillo el yerro (más todavía cuando el editor de hoy difícilmente podrá contar, como antaño, con la complicidad de una prensa cualificada). Esto justamente opina Antonia Kerrigan, que ha contado con Ruiz-Zafón entre sus mejores clientes e incluso dispone de una agencia literaria con su nombre: «siempre digo que nosotros, los agentes literarios, somos como los ludópatas. Apostamos por obras una y otra vez, y muchas veces perdemos»³.

Esta agente, que confiesa que en ocasiones pierde, en 2006, cuando Roca Editorial lanzó 50 000 ejemplares de *Espía de Dios*, del primerizo Juan Gómez-Jurado, y de la que ya se han necesitado varias rediciones, se lanzó a la aventura: la aventura de hacer de la obra un superventas. Y lo logró; de hecho, más de treinta y cinco países

³ Ver A. ASTORGA, «Entrevista a Antonia Kerrigan: Soy como una ludópata (literaria)», *ABC*, 22/08/2006.

ya pueden leer la obra en su idioma materno. Presentarse en el cierre de la feria de Frankfurt de ese año con unos capítulos y la síntesis del libro, fue su gran triunfo y lo que le aseguró por aquel entonces las firmas de la obra en las ediciones italiana, holandesa y americana. Tal fue la acogida del ejemplar que en Estados Unidos el sello Dutton pagó 175.000 dólares por el libro, inédito entonces en España.

Otro caso similar al de Kerrigan es el de la editora Ana Liarás; esta especie de visionaria de la gloria editorial relata que todo buen editor necesita

enamorarse del manuscrito, trabajarla casi página a página, matizar personajes, y, una vez terminada esa labor, iniciar [...] la promoción. Lograr convencer al resto de la editorial de sus posibilidades, implicar en la conspiración a los departamentos de marketing, hacer que los comerciales no se desanimasen ante las casi setecientas páginas del libro y, ver su reacción tras enviarles los tres primeros capítulos. Y fue alentadora (Azancot 2006: 8).

Acabaremos esta ronda de editores con David Trías, editor de Random House Mondadori (segundo gran grupo editorial en España), el cual confiesa que «todos consumimos lo mismo. El mismo libro, la misma película. Es normal entonces que las editoriales apuesten por un título»⁴. En estos momentos, nada, ni nadie⁵, se sale de lo común. No es tiempo para las especulaciones de capitales.

Dos aportes finales y decisivos, puesto que han hecho virar las cosas en el mundo de la edición a escala universal son: por un lado, la irrupción de un intermediario que ocupa el hueco entre autor y editor y que responde al nombre de «agencias literarias», y, por otro, el afianzamiento de lo que aclamamos como «nuevas tecnologías», y que hoy se resume en la presencia insoslayable del mundo digital.

Del último poco habría que comentar, si bien del primero aludiríamos a una figura —el agente⁶— que nace en España en el momento en que una de las agentes de más relumbrón —Carmen Balcells— prueba que los contratos que ligan a muchos autores de primer nivel con sus editores son «moralmente insostenibles» y que cualquier comprobación en la legislación sobre los derechos de autor exigiría su permuto instantánea. Balcells demuestra el desamparo autorial, mientras que el editor acostumbraba a disponer de los derechos de este prácticamente sin límites.

⁴ Ver L. GALÁN, «Y la fórmula es: historia, emoción y laboratorio», *El País*, 21/05/2006.

⁵ Según Luis SUÑÉN, «al editor que vivió el anterior paradigma —el de la cultura por encima de todo, el de la posibilidad de ganar mucho con unos libros para poder perder en aquellos que quiere publicar porque no podría verlos bajo sello— solo plantearse que cada título ha de ir acompañado de una cuenta de resultados le produce urticaria primero e impotencia después, pues ni aumentando la tirada ni haciendo lo propio con los precios —confiando en el lector fiel— podrá cumplir las expectativas de su director financiero» (ver *El escritor en la sociedad de la comunicación*, 2011: 19).

⁶ Rafael CHIRBES en su artículo «El escritor y el editor» atestigua que «la presión social ha convertido en casi imprescindible la figura del agente, porque parece que es la que permite enlazar el mundo del libro con el de los tiburones de la economía» (ver *El escritor en la sociedad de la comunicación*, 2011: 42).

Hoy en día, se ha llegado al extremo de promocionar algo que ni siquiera ha salido de la pluma del escritor, sobre todo si detrás hay un gran nombre o una película cerrada. Peio H. Riaño (2012: 4), periodista cultural, constató tal «farsa editorial» en una feria literaria celebrada en Frankfurt (la más importante del mundo en el mundo de las letras). Así, mitad con sorna, mitad con tono acusador, reproduce una «supuesta» correspondencia entre hábiles agentes y editores con dinero:

«Tengo a la agencia emocionada con esta novela», primer email. Será una trilogía. Es «crimen de primera calidad». El agente insiste con humo, y más ruido que nueces. «He recibido varias ofertas de tu país. Te envío algunas páginas en inglés». Nuevo email: «Ya está vendido en Alemania e Italia, y anda en plena subasta en Inglaterra».

Tras estas palabras podemos asegurar que muy atrás en el tiempo parece quedar la época en la que la edición era una actividad artesanal, inclusive familiar, y pequeña. Ahora, y dentro de ese segundo punto que citábamos anteriormente, según Cristina Fallarás (2012), «ya vivimos en el otro lado. En aquello que llamábamos 'realidad virtual'. En Internet. Y ahí, en la red, las cosas cambian. Mucho».

2. LA EVOLUCIÓN DEL PARATEXTO TENIENDO POR BASE EL *LIBRO DE BOLSILLO*

Todo aquel que se topa con uno de frente, lo reconoce prontamente. Es un libro bastante más liviano y pequeño de lo habitual, más placentero a la hora de ser portado en el metro, con una cuantía económica más indulgente con las sufridas carteras y, por lo general, viene a recuperar un título ya editado en el catálogo de una editorial. Así es, a grandes rasgos, el libro de bolsillo.

De sus orígenes se saben diversos datos, aunque no son ni muy precisos ni muy exactos. Está instaurada entre la crítica la idea de que para alcanzar el umbral del libro de bolsillo o faltriquera hemos de remontarnos hasta los tiempos del Humanismo, con hitos como la ya legendaria edición de los poemas de Petrarca que imprimió Aldo Manuzio allá por el siglo xv.

Ahora bien, hubo que esperar hasta muy entrado el siglo pasado para que esta nueva conformación literaria se aplaudiera y extendiera universalmente, contribuyendo, además, de manera terminante a la propagación del hábito de lectura. Hemos de decir que la literatura «portátil» prorrumpió en Inglaterra a mediados de los años treinta de la mano de *sir* Allen Lane, el gran editor y fundador de la editorial Penguin Books, sello precursor que conquistó la hazaña de publicar obras de calidad a bajo precio (o como tanto se escucha hoy, *low cost*).

Esta nueva ola de cultura arraigó con una fuerza considerable en Estados Unidos a finales de dicha década. La misma gran acogida que le reportó la sociedad americana, también la mostró nuestro vecino francés. Sin embargo, el libro de bolsillo tardó en expandirse por el siempre a la zaga mercado español.

Cabe en este punto numerar las excepciones de la adelantada y ya clásica colección Austral de Espasa Calpe, o de Alianza Editorial; pero lo innegable es que

su progreso (su madurez en términos industriales), llegó a nuestro país con casi tres décadas de dilación respecto a los casos anotados de otras naciones.

Un retraso que hoy, en 2014, en esta forma de cultura no se percibe en absoluto. De hecho, de entre los sangrantes datos de la agonía del sector editorial español, Peio H. Riaño (2013: 4) solo rescata al libro de bolsillo y a los más «archiconocidos superventas»; tanto es así que las editoriales se están planteando muy seriamente el equiparar los precios de los libros de tapa dura con los del actual bolsillo. Y todo porque en los tiempos de crisis actuales y con las estadísticas de que la facturación en 2012 ha caído un 11%, y contando con un descenso acumulado desde 2009 del 20% en las ventas, el precio del libro de tapa dura se incrementa un 13,2% llegando a valer 23 euros. Algo hay que hacer...

La solución más rápida y eficaz que adoptará el lector-comprador: acudir a DeBolsillo, Quinteto, Booket, Fábula, Compactos, Punto de Lectura o, sobre todo, a Austral y Alianza.

2.1. LA COLECCIÓN AUSTRAL

Si el ser, sin duda alguna, el instrumento de formación intelectual más longevo de nuestro país —y porque como dice Víctor García de la Concha (1998: 3) no queremos forzar las cosas, en tanto que «aún podríamos reconocerle más espacio, puesto que vino a tomar el relevo de la vieja Colección Austral que de 1919 a 1935 publicó 1377 volúmenes de 100 páginas»— ya es algo fuertemente meritorio, qué podríamos decir ante la afirmación de Rafael Conte (1998: 12) de que «a su través empecé a leer literatura propiamente dicha».

Ambas voces son las de dos distinguidos estudiosos de nuestra lengua, pero es que como ellos, numerosos críticos de la época vienen a afirmar que, frente a las historietas y tebeos, frente a los cuadernillos y los folletines de papel prensa, la Colección Austral depositó en sus manos ese medio total de comunicación que había acogido al arte literario de tal forma que se había llegado a confundir con él, con el «instrumento libro», con el *mass media* por excelencia de la historia.

El año pasado cumplió los tres cuartos de siglo... hasta 1937 hemos de remontarnos para ver su primer libro a la venta. Sus comienzos fueron complicados, en tanto que el cruento conflicto bélico que vivió España desde 1936 derivó a buena parte de la plana mayor de Espasa-Calpe a Buenos Aires, donde la Delegación que allí constaba se bautiza como Compañía Anónima Editora Espasa Calpe Argentina. Así y allí brota esta fabulosa colección editorial, bajo la tutela de Gonzalo Losada, con José Ortega y Gasset elaborando una relación de títulos extraídos de otras colecciones (Universal, Biblioteca de Ideas del Siglo xx y Biblioteca de Autores Contemporáneos), con Guillermo de Torre como máximo responsable de la selección de los primeros títulos y con Attilio Rossi como el creador del primer diseño de la colección. Cuando este último le presentó su trabajo a Torre, el escritor bonaerense Jorge Luis Borges se hallaba presente junto a su hermana Norah —esposa de Guillermo—. El artista italiano había delineado un rectángulo enmarcado en una trama de color y en el centro de este la figura de un ingente oso blanco. Nadie reparó en el detalle hasta



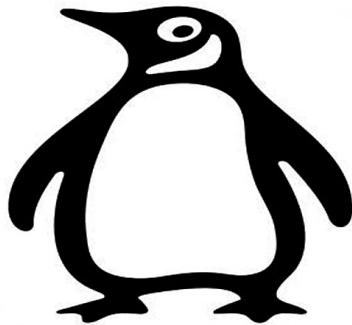
Fig 1. El dibujo definitivo de Borges con varios detalles significativos y en tonos de blanco y negro.

que Borges hizo la observación de que en la Antártida no había osos, y adoptó la disposición *motu proprio* de tornar al oso por el signo de la constelación zodiacal de Capricornio, supuestamente visible desde el cielo argentino. Todos los presentes en ese pequeño cónclave aplaudieron la variación y quedaron conformes con el logotipo de la colección (ver figura 1).

No obstante, son varios los diseñadores que han visto o han querido ver en Austral un duplicado del ícono representativo de Penguin, pero hecho más *a lo vanguardista*. Para gustos, los colores, aunque aquí solo se empleen el negro y el blanco. Nosotros nos limitamos a enseñar el logo de Penguin junto al de Austral y a partir de ambas imágenes que cada uno cree su propia opinión. Coincidencias las hay; divergencias y voces críticas⁷, también. Mientras que el pingüino de la multinacional británica muestra un trazo más grueso y de menor esmero por parte de su creador, el de la española es muy fino y detallista; ambos animales se hallan de perfil y dispuestos hacia el mismo lado, si bien el logotipo de la región de Westminster se encuentra de pie sobre sus dos patas con los brazos abiertos, y la cabra hispana está en actitud sedente con sus dos patas delanteras recogidas (ver figuras 2 y 3).

Rossi, en lo concerniente a la cubierta del libro, procuró un diseño sencillo, raso, con mucho espacio en blanco para así enfatizar el nombre del autor y el título de la obra. Su gran acierto vino con las sobrecubiertas, para las que aprovechó diferentes urdes de colores según el contenido sobre el que versaba la obra. Con esto

⁷ M. OLIVERA ZALDUA en su artículo «Austral en sus diseños» trascibe las palabras de Andrés Trapiello, quien atribuye la creación a una rarísima conjunción del azar, la necesidad y la economía de medios: «No es ni siquiera una cubierta tipográficamente perfecta (tira más bien a sosa [...]), y sin embargo a ninguna le estaba reservado el raro privilegio de permanecer en la memoria de tres generaciones» (2012: 12).



Figs. 2 y 3. Dos años hay de diferencia entre un holograma y otro; de 1935 el fundado por Sir Allen Lane y de 1937 el de Losada.

se permitía compensar las desiguales naturalezas y responder a la impetración de los lectores: el azul fue el elegido para las novelas y los cuentos, el verde se asoció al ensayo y la filosofía, el naranja para la biografía, el negro fue cosa de la literatura de viajes, los motivos históricos y políticos irían en amarillo, con tono violeta el teatro y la poesía, un gris claro para los clásicos, el rojo se constataba en la novela policiaca y de aventuras y, finalmente, el marrón para la ciencia y la técnica.

El primer número de la colección tuvo una repercusión espectacular, superando cualquiera de los mejores pronósticos. Con tonalidad verde apareció *La rebelión de las masas* de José Ortega y Gasset (ver figura 4).

Hemos de decir que este neófito trabajo será nuestro punto de partida para la comprensión de la evolución del paratexto en la portada del libro como *ente físico*; ahora bien, antes de rotular las peculiaridades de dicha portada, vamos a trazar un recorrido por la historia de la colección y comprender con propiedad qué modificaciones —fundamentalmente estéticas— ha sufrido la editorial con el tiempo hasta llegar a nuestros días.

Durán Blázquez (1998: 7) expone cómo en muy poco tiempo la colección tomó cuerpo y pudo, en apenas un mes de vida, y merced a su módico precio, contender con las obras «piratas» que regaban el mercado americano. A pesar del ambiente en que se encontraba España, se comercializó con gran éxito, incluyendo en cada ejemplar una tarjeta adherida al envés de la portada dirigida a los lectores para que dieran su opinión sobre los contenidos y sus preferencias de autores y títulos para próximos volúmenes.

Que esta tarjeta ayudó a la venta es cierto, que el diseño de las portadas fue muy del agrado del comprador también está probado, pero lo que está más corroborado aún es que a mediados de 1938 la colección alcanzó un ritmo vertiginoso en sus ventas (y ello a pesar de la lentitud de la censura en la tramitación de libros).

Pero nada es eterno en una editorial y menos si nos atenemos a la convulsa y trémula España de la época. J. M. Sánchez Vigil (2012: 10) sintetiza cómo los hasta entonces tres sostenedores vertebradores de la editorial, Losada, Torre y Rossi, por

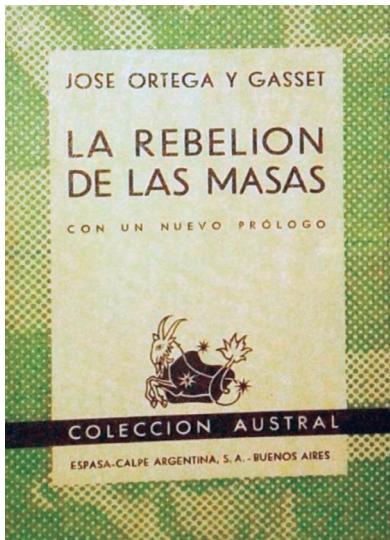


Fig. 4. Ortega y Gasset (1937),
La rebelión de las masas, Buenos Aires: Austral.

temas políticos, renunciaron a sus puestos de trabajo a los pocos años de la creación de la colección. Fue un duro revés porque fue una renuncia conjunta la de los tres, si bien Austral superó esta crisis de la mejor manera posible y prosiguió con sus publicaciones bajo la dirección de Manuel Olarra, con Ortega y Gasset, de nuevo Ortega y Gasset, como asesor de la misma y como redactor.

A partir de entonces se sucederían escritores y epígrafes de obras clásicas y contemporáneas. Junto al *Cantar de Mío Cid*, aparecieron obras de autores de la dimensión de Unamuno, Maurois, Chéjov, Descartes, Stendhal, James, Bécquer, Shakespeare, Julio César, Virgilio, Kierkegaard, Eça de Queiroz, Molière o Antonio Machado.

En estos momentos, la colección alternaba ediciones y reimpresiones entre Buenos Aires y Madrid, llegando al número quinientos a finales de 1944 con la publicación de *El Greco*, de Cossío. Seis años más tarde, el veinte de noviembre, se llegó al título número mil, dedicado a *El Cid Campeador* y a cargo de Ramón Menéndez Pidal (ver figura 5).

El año 1975 fue muy importante para la colección, pues, con el objeto de fomentar y promover los epígrafes más representativos, se instauró una variante conocida con el título «Seiscientos Austral». Esta, aunque no pasó de los doscientos volúmenes, sí que vio bajo su seno cómo germinaron obras como *Cien años de soledad* de García Márquez, o la *Antología poética* de Neruda, entre otras.

Retornando al diseño caprino que Borges aquel día remodeló sobre la marcha en un folio, hemos de indicar que se mantuvo intacto durante medio siglo. No sería hasta 1985 cuando fue trasfigurado por primera vez por Enric Satué, respondiendo

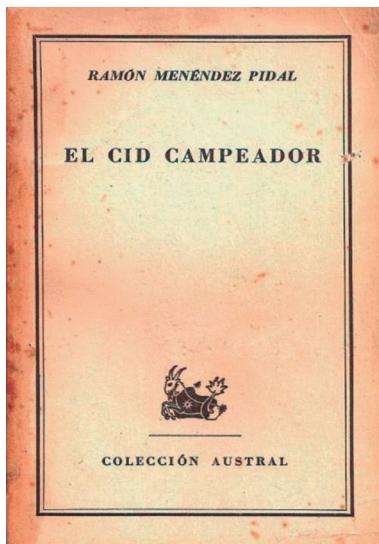


Fig. 5. En 1950, coincidiendo con una fuerte crisis financiera, vio la luz el tomo mil de la Colección Austral.

al encargo del poeta y crítico de arte José Corredor-Matheos, que por aquel entonces era el gran responsable de la editorial. Los grandes cambios que vería el lector en los nuevos números fueron: la eliminación de la sobrecubierta y las solapas, y la considerable reducción del grosor del logotipo. En la contracubierta, además, se circunscribieron algunos datos destacados del autor y el resumen del contenido de la obra. Esta transformación que mostraba un diseño claramente distinto a lo anterior pero sin perder los valores originales de este, fue visible desde el número 1651 de la colección, el correspondiente a *Las luchas de clases en Francia de 1848 a 1850* y *El 18 brumario de Luis Bonaparte*, de Karl Marx.

Siguen pasando los años y arribamos hasta la sección «Austral Nueva», creada también bajo la gestión de Satué, el cual, respetando la idea original de la trama, añadió a la portada un fondo suave sobre el que calar el título. Por primera vez el logotipo de Capricornio fue suplido por otros seis diferentes, con los que se buscaba definir el contenido de las materias de la colección: literatura, filología, pensamiento, historia, ciencias y arte-ocio.

Ya en 1987, con Ignacio Bayón como presidente-director, con Víctor García de la Concha como flamante nuevo asesor de literatura, y con Celia Torroja a su lado como editora, la colección clásica original cerró un ciclo con el número 1678, firmado por José López Rubio (*La otra orilla* y *Las manos son inocentes*). Este voluminoso número de títulos en una colección literaria deja a las claras que Austral no solo es



Fig. 6. El elemento paratextual adhesivo de Austral.

la más desarrollada entre las de bolsillo en lengua española, sino la más fructífera en diversidad de autores y contenidos⁸.

A partir de este momento se empieza a instaurar en la esquina inferior derecha del volumen adquirido una marca paratextual adhesiva muy propia de la nueva Colección Austral. Su peculiaridad más notoria es la inclusión intrínseca de un «apéndice didáctico», el cual favorece una mejor comprensión de la obra por parte del lector, pues lo sumerge en las diferentes perspectivas e interpretaciones que tiene la obra, al mismo tiempo que lo orienta en los aspectos más significativos de la misma (ver figura 6).

Señala a este respecto J. F. Peña (1998: 25) que es incuestionable que

todo texto literario guarda en sí mismo un conjunto dilatado y amplio de percepciones e interpretaciones —no sólo los de la editorial Austral—, estableciendo con cada lector un tipo de comunicación diversa, en función no sólo de la propia intención textual sino de la capacidad comprensiva del propio lector.

Sin embargo, el mérito de esta Colección ha sido saber generar en sus lectores un hábito de lectura y de formación que les permite una perfecta inmersión en la dimensión comunicativa y estética del texto.

Y de esta forma llegó el final de 2006, y con él Austral se hallaba a las puertas de celebrar una efeméride señalada en su historia. Esta vez bajo la dirección de Pilar Cortés y Nuria Esteban, se estableció una serie de criterios para una nueva época denominada «Austral 70 años». Ello supuso la revisión y actualización de las

⁸ I. ARELLANO llega a decir que «Austral ponía en manos del lector interesado no sólo las grandes obras consagradas, sino también títulos que resultaban de difícil acceso en otras ediciones, si es que las había» (1998: 16).

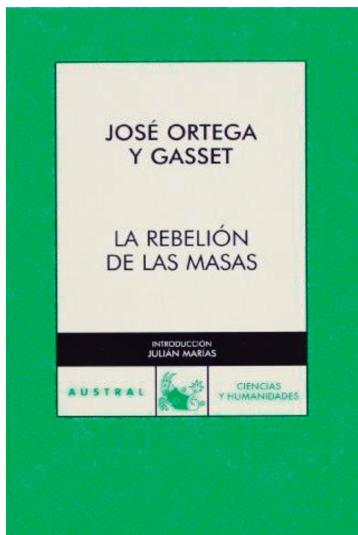


Fig. 7. El anterior número 1 y actual 336.

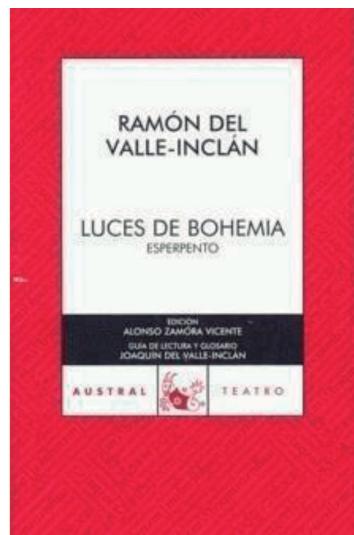


Fig. 8. El número 1 tras la reformulación.

ediciones y los apéndices de títulos recomendados; la potenciación de antologías por niveles, géneros y épocas; y la afiliación de nuevos autores contemporáneos y temas de actualidad tratados desde un punto de vista más divulgativo. También se reformuló el catálogo de la colección, dejando con la nueva numeración el número uno para las *Luces de bohemia* de Valle-Inclán, y relegando *La rebelión de las masas* de Ortega y Gasset al puesto trescientos treinta y seis. Para el número quinientos se reservó *El Quijote*, en edición crítica de Alberto Bleca.

En lo concerniente al diseño de esta cuarta versión de Austral, el trabajo se le fue entregado a Joaquín Gallego, quien decidió no mantener la tipografía como hasta ese momento, pasando a emplear ahora las letras Futura, Book y Medium para cubierta y portadillas, y Transit para la contracubierta. Entonces recuperó el logo primitivo de Capricornio y en cubierta hizo referencia a tres temáticas generales: poesía, teatro y ciencias-humanidades. Por último, suscribir que amplió el formato de cada volumen (frente a los 11,5 x 18 del modelo original, los 12,2 x 19 cm actuales) (ver figuras 7 y 8).

El último gran giro de tuerca de la editorial hasta la fecha acaeció en 2010. Con la colección convertida en sello independiente de Planeta, Austral se reinventó a sí misma dividiéndose en: Clásica (con autores anteriores a 1927) y Contemporánea (con autores posteriores a 1927). El objetivo de su directora (Maite Castaño) y su editora (Rosario Gómez) era afrontar con unas bases sólidas el reto de ser la referencia principal del mercado español en el libro de bolsillo.

De esta colección es interesante remarcar la banda negra donde se estampaba el nombre de la compilación, que pasó a ser vertical formando bandera con los

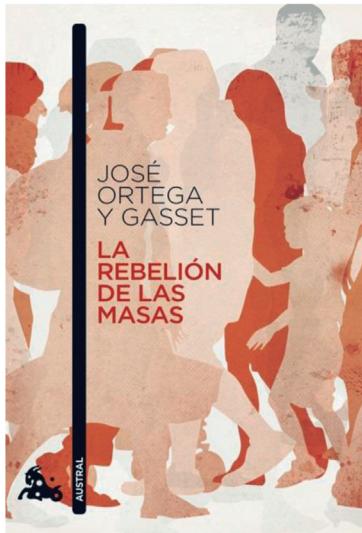


Fig. 9. Así quedó el nuevo formato de la colección.

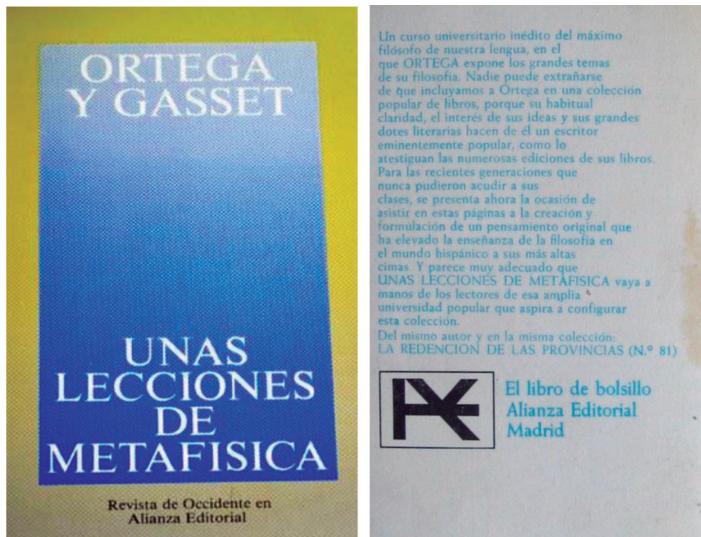
textos del título, el autor y el editor. Además, se adecuó una ilustración relacionada al contenido, lo cual le daba al lector una imagen más fresca y cercana a la colección (ver figura 9).

Austral, en esta nueva época como sello dedicado exclusivamente a la literatura en formato de bolsillo, y como hemos apuntado someramente con antelación, tiene como idea capital el fidelizar y acrecentar la nómina de lectores habituales en este segmento del mercado editorial.

2.2. ALIANZA EDITORIAL

Según Ricardo Artola (2012: 13), «el libro de bolsillo nació a la vez que el sello que lo alumbró: Alianza Editorial». Esto implicaría que al menos en sus primeros años resultase harto difícil separar ambas trayectorias, si bien no debemos olvidar el camino que ya llevaba recorrido la Colección Austral. Corría el año 1966 cuando José Ortega Spottorno, hijo del sempiterno filósofo, y tras haber sido el jefe de operaciones de la refundación de la *Revista de Occidente* tras la Guerra Civil, fundaba lo que hoy conocemos como Alianza.

En dicho año la colección «El Libro de Bolsillo» publicó sus primeros treinta volúmenes, siendo el número uno (al igual que aconteció en Austral) un trabajo de Ortega y Gasset, en este caso *Unas lecciones de metafísica*. El precio único de venta de cada ejemplar era de cincuenta pesetas; en 1991, con un cuarto de siglo de vida y viendo ya publicados sesenta títulos al año, el precio se acrecentó y oscilaba entre



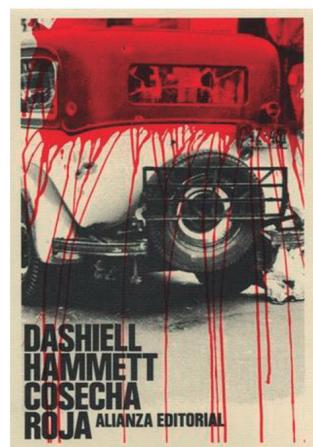
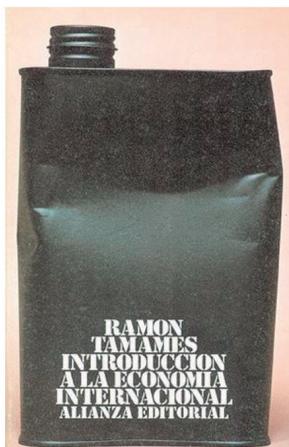
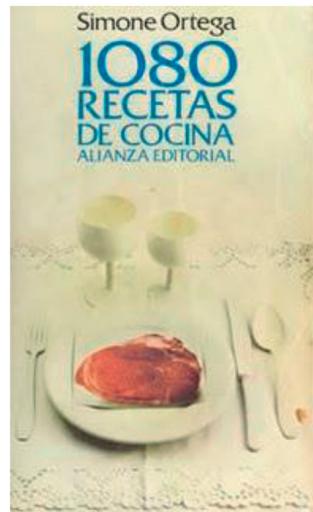
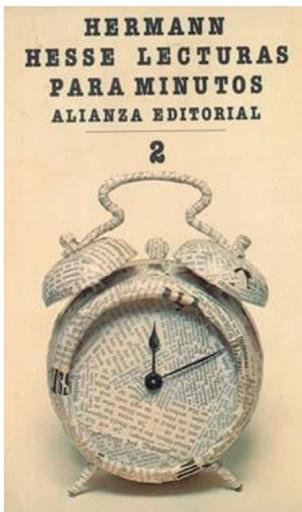
Figs. 10 y 11. Así fueron la portada y la contraportada del primer número puesto a la venta por Alianza Editorial.

las doscientas y las mil pesetas de los más caros; y ahora, con casi cincuenta años cumplidos desde su creación, el coste varía entre siete y diez euros, o entre las mil y mil seiscientas pesetas de antaño. Es el importe de la vida... (Ver figuras 10 y 11).

Ortega Spottorno buscó desde un primer momento que su colección de libros de bolsillo se asemejara a la acreditada y multitudinaria *Livres de Poche* francesa, pero sin ser únicamente literaria como esta. Él pretendía que en su estrenada editorial tuviesen también notoria cabida los libros de pensamiento, de historia y de ciencias. Y desde el primer volumen lo constató: lecciones de metafísica...

Aparte de este, otros tres personajes son fundamentales en la gestación y desarrollo de la colección que nos ocupa. Este equipo dinámico que llevó fructíferamente el proyecto Alianza adelante tiene en Jaime Salinas al responsable de los temas literarios; también está Javier Pradera, que con su acervo editorial acumulado en la delegación en España del Fondo de Cultura Económica, le aportaría al Libro de Bolsillo la difusión de toda la parte de lo que hoy llamamos «no ficción». Y, finalmente, la tercera pata la constituyó el diseñador Daniel Gil, quien imprimió un marchamo exclusivo, moderno y rompedor a las imágenes de las cubiertas de la nueva colección, y en el que nos detendremos a propósito por toda la relevancia y enjundia que le ha dado al paratexto editorial (ver figuras 12, 13, 14, 15, 16 y 17).

Para Juan Vida (2012: 15), el talento de Gil radicó en que «sintetizó en un único golpe de vista la complejidad expresiva del texto mediante el principio clásico de aludir eludiendo». Algo así como que las cubiertas extraídas de la imaginación de nuestro proyectista relataban con imágenes lo que el texto recitaba con palabras. Para J. Rodríguez (2011),



Figs. 12, 13, 14, 15, 16 y 17. Aquí podemos comprobar seis de las casi mil cubiertas que Gil llevó a cabo para la colección de bolsillo de Alianza Editorial.

Daniel Gil rompió con una estética editorial convencional heredera del cartelismo preponderante en la época de entreguerras para introducir un nuevo lenguaje gráfico innovador y experimental, y durante años contribuyó a crear una de las imágenes más sólidas y atractivas del diseño gráfico español.

Su seña de identidad vino marcada por el hecho de que en sus cubiertas los textos apareciesen íntimamente soldados a la imagen, implantando, pues, un modelo de gran impacto para el lector, sobre todo en unos años en los que el boceto de las portadas escaseaba de impulso formal.

Pero ni los mejores equipos como este que hemos descrito son inmortales. Sí lo parece haber sido su impronta: los fundadores se fueron pero el modelo que ellos crearon continúa. Salinas fue el primero que abandonó el barco de Alianza Editorial en 1976; solo dos años después sería el turno de Spottorno; este abandonaría la presidencia y la dirección de la editorial dejándola en manos de Vergara Doncel y Diego Hidalgo, quien se integraría en el consejo de administración hasta 1989. Ya solo quedarían Pradera y Gil, que se marcharían juntos poco después.

A finales de los ochenta, la colección albergaría otro nuevo organigrama de la mano de Rafael Martínez Alés y viviría un trascendente giro de tuerca al pasar a formar parte de un proyecto empresarial español de ámbito internacional, el del Grupo Anaya. Alés (1931: 39), como director de Alianza recién llegado, expuso que una de las cosas que más le había sorprendido de *El Libro de Bolsillo* fue que se encontró con

una editorial que es un centro aglutinante de gentes muy diversas que se identifican con el producto, desde los que proponen títulos hasta los que los traducen. Este es uno de los secretos de la colección que, ayer como hoy, ha sabido ser un referente para la comunidad intelectual.

Pero no es Alés el único que señala las maravillas de la empresa para la que durante un tiempo trabajó; justo antes de marcharse, Salinas llegó a vaticinar que *El Libro de Bolsillo* llegaría sin problemas al número tres mil o cuatro mil.

No obstante, no todo ha sido un camino de rosas... Pensemos que la editorial vio la luz en un contexto histórico donde Franco ejercía su poder con mano de hierro. Ahora bien, el nacimiento de la editorial en 1966 coincidió con un resquicio en la censura de la Ley de prensa que Fraga había abierto.

En cuanto al ambiente editorial en general, parece que el extensivo declive literario de la época no afecta de tal modo a Alianza, que empieza a sacar la cabeza en el terreno del bolsillo. Muy probablemente este florecimiento tenga su razón de ser en los contenidos tratados, en tanto que *El Libro de Bolsillo* abrió la posibilidad de hacerse con un catálogo sustancial de clásicos de todos los géneros, desde los greco-latino hasta la ciencia, pasando por la filosofía, la historia, la literatura de cualquier época, y llegando hasta el arte o la economía. Esta editorial permitía lo que hasta entonces era visto como algo «imposible»: el obtener una biblioteca personal sobresaliente en cuanto a número de libros sin disponer de grandes recursos económicos.

Otra de las características de la colección fue la edición «desnuda» de clásicos de la literatura, o sea, sin introducciones de ningún tipo ni aparato crítico. Con esto lo que se buscaba desde la editorial era acercar al lector a la experiencia de leer libros tal cual lo habían hecho sus contemporáneos.

Aunque resulte un gran reto elegir unos pocos títulos de entre los miles que se han publicado hasta la fecha, lo vamos a intentar. Así, comenzando por la literatura nacional, hay que acentuar el peso de *El árbol de la ciencia* de Baroja; *San Manuel bueno, mártir*, de Unamuno o *La regenta* de Clarín. Entre las creaciones foráneas despuntan *El lobo estepario* de Hesse; *El principito* de Saint-Exupéry y gran parte de la obra de Borges, Proust y Poe. A estos autores le añadiremos la publicación 1.500 de la editorial que no es otra que los *Veinte poemas de amor y una canción desesperada* de Neruda, y con la que *El Libro de Bolsillo* en 1991 conmemoró el 25º aniversario de su fundación.

Como prueba más evidente de las ventas millonarias de la colección y de la heterogeneidad sin complejos de su catálogo ocupan un lugar de honor las *1080 recetas de cocina* de Simone Ortega, la mujer del fundador de la editorial. Casi dos millones de ejemplares han sido ya expedidos...

Finalmente, una de las cualidades que más empaque le dan a El Libro de Bolsillo es que, de los títulos que publica al año —alrededor de trescientos—, en torno a sesenta son novedades absolutas, es decir, no son versiones reeditadas en formato pequeño de obras ya explotadas.

3. CONCLUSIÓN

Todo lo que hemos venido recogiendo en estas páginas acerca del paratexto, desde sus orígenes hasta algunas de sus manifestaciones más representativas dentro del mundo del libro de bolsillo, pasando por su evolución y su universo comunicativo, no es sino un sostén de ayuda, una técnica orientativa e informativa con la cual los lectores por sí solos estén capacitados para captar las alusiones, las intenciones del autor, las apostillas, los comentarios... que enriquecen el texto y lo integran perfectamente en su devenir histórico.

Y por si esta teoría no hubiese sido suficiente, añadiremos que Genette (1987: 7-8), siempre él, nuestro autor contemporáneo francés y, sobre todo, nuestro guía, del que hemos dicho que es uno de los primeros en haberse ocupado de este aspecto de la obra literaria, reconociendo su deuda con uno de los escritores hispanoamericanos de mayor prestigio del xx, Jorge Luis Borges, citándolo en su obra *Seuils* (1987) junto a su definición de paratexto, de paso denota que este motivo axial de nuestro trabajo no acaba con él y aún queda mucho por estudiar:

plus que d'une limite ou d'une frontière étanche, il s'agit ici d'un seuil, ou —mot de Borges à propos d'une préface— d'un «vestibule» qui offre à tout un chacun la possibilité d'entrer ou de rebrousser chemin.

RECIBIDO: septiembre de 2013. ACEPTADO: octubre de 2013

BIBLIOGRAFÍA

- ACÍN, Ramón (2011): «Incertidumbres de futuro, multitud de miradas e insatisfacción de plenitud», *La Página*, año XXIII, núms. 5/6: 5-18.
- ÁLAMO, Francisco (2009): «Paratextualidad y novela: las partes del texto o el *diseño editorial*», *Anuario de Estudios Filológicos*, vol. XXXII: 5-21.
- ALVARADO, Maite (2006): *Paratexto*, Buenos Aires: EUDEBA.

- ARELLANO, Ignacio (1998): «El Siglo de Oro en Austral», *Ínsula*, octubre 1998, núm. 622: 16-17.
- ARTOLA, Ricardo (2012): «El libro de bolsillo de Alianza Editorial», *Mercurio*, núm. 139: 13.
- ASTORGA, Antonia (2006): «Entrevista a Antonia Kerrigan: Soy una ludópata (literaria)», *ABC*, 22 de agosto de 2006.
- AZANCOT, Nuria (2006): «La búsqueda del best-seller reinventa el oficio de editar en España», *El Cultural*, 30 de marzo de 2006: 8-9.
- CHIRBES, Rafael (2011): «El escritor y el editor», en FERNÁNDEZ y LLUCH-PRATS (2011), *El escritor en la sociedad de la comunicación*, Madrid: CSIC: 39-44.
- CONTE, Rafael (1998): «Medio siglo de lecturas», *Ínsula*, octubre 1998, núm. 622: 12-13.
- DURÁN BLÁZQUEZ, Manuel y SÁNCHEZ VÍGIL, Juan Miguel (1998): «En vanguardia de la cultura: apuntes para una historia de Austral», *Ínsula*, octubre 1998, núm. 622: 6-11.
- FALLARÁS, Cristina (2012): «En la Edad de Piedra», *Qué leer*, núm. 177: 4.
- FERNÁNDEZ, Pura y LLUCH-PRATS, Javier (eds.) (2011): *El escritor en la sociedad de la comunicación*, Madrid: CSIC.
- GALÁN, Lola (2006): «Y la fórmula es: historia, emoción y laboratorio», *El País*, 21 de mayo de 2006.
- GARCÍA DE LA CONCHA, Víctor (1998): «Editorial», *Ínsula*, octubre 1998, núm. 622: 3.
- GENETTE, Gérard (1987): *Seuils*, Paris: Collection «Poétique», ed. du Seuil.
- JACOBI, Daniel (1984): «Figures et figurabilité de la science dans des revues de vulgarisation», *Langages*, septiembre de 1984, núm. 75.
- LÓPEZ DE ABIADA, José Manuel y PEÑATE RIVERO, José (eds.) (1993): *Éxito de ventas y calidad literaria. Incursiones en las teorías y prácticas del best-seller*, Madrid: Verbum.
- MARTÍNEZ ALÉS, Rafael (1991): «El Libro de Bolsillo de Alianza Editorial llega al número 1500. La empresa publica a Neruda y un catálogo con todos los títulos», *El País*, 12 de abril de 1991.
- OLIVERA ZALDUA, María (2012): «Austral en sus diseños», *Mercurio*, núm. 139: 12.
- PEÑA, Juan Francisco (1998): «Los Clásicos y su didáctica», *Ínsula*, octubre 1998, núm. 622: 25-26.
- RIAÑO, Peio (2012): «Fráncfort no tiene corazón», *Qué Leer*, núm. 181: 4.
- (2013): «La batalla final», *Qué Leer*, núm. 183: 4.
- RODRÍGUEZ, Javier (2011): «Daniel Gil y la revolución del diseño editorial», [Blog], en <http://pejrodriguez.blogspot.com.es/2011/05/daniel-gil-y-la-portada-editorial.html>; 08/06/2013.
- SABIA, Saïd (2005): «Paratexto. Títulos, dedicatorias y epígrafes en algunas novelas mexicanas», en *Espéculo. Revista de estudios literarios*, Madrid: Universidad Complutense de Madrid, núm. 31, noviembre 2005 - febrero 2006.
- SÁNCHEZ VÍGIL, Juan Miguel (2012): «Un fondo de referencia», *Mercurio*, núm. 139: 10-11.
- SUÑÉN, Luis (2011): «Nacimiento, mutaciones, estrategias y discursos del editor moderno en España», en FERNÁNDEZ y LLUCH-PRATS (2011), *El escritor en la sociedad de la comunicación*, Madrid: CSIC: 17-27.
- VIDA, Juan (2012): «Daniel Gil, el que alude eludiendo», *Mercurio*, núm. 139: 15.
- VILA-SANJUÁN, Sergio (2012): «La revolución de Penguin», *Mercurio*, núm. 139: 8-9.

RECENSIONES

SARA ROBLES ÁVILA y JESÚS SÁNCHEZ LOBATO (coords.) (2012): *Teoría y práctica de la enseñanza-aprendizaje del español para fines específicos*, Universidad de Málaga, anexo 84 de *Analecta Malacitana*, 244 pp., ISBN 978-84-95073-70-9.

El libro que nos ocupa se inserta dentro del área de la Lingüística aplicada, campo de trabajo perfectamente consolidado en la actualidad. La Lingüística aplicada, que en sus inicios se integraba dentro de la ambigua denominación de Lingüística externa (lo que indicaba la consideración en cierto modo marginal de los tipos de estudio que acometía), es hoy un campo central, tanto en la investigación como en otro tipo de propuestas, dentro de los estudios lingüísticos. Y no solo eso, sino que gran parte de la renovación que ha experimentado la Lingüística en los últimos veinte años se ha producido gracias al empuje y vitalidad de esta línea de trabajo, que ya se ha incorporado plenamente a los programas de estudio de los grados y másteres de las distintas universidades europeas. Dentro de la Lingüística aplicada, los trabajos que componen este anexo se centran en la enseñanza del español como segunda lengua, campo de trabajo también consolidado en la actualidad, pero que no estuvo considerado tan decididamente lingüístico en otro tiempo. A este respecto, hay que señalar que el investigador J. Sánchez Lobato, catedrático de la Universidad Complutense de Madrid, es uno de los pioneros en este terreno y ha sido uno de los impulsores de los estudios teórico-prácticos sobre EL2 en el ámbito de la lingüística española, de lo que dan cuenta no solamente sus publicaciones sobre el

tema¹ o la dirección de tesinas y tesis centradas en él, sino también su labor como responsable durante varios años de los cursos de verano de EL2 en la Universidad Menéndez Pelayo de Santander. En cuanto a Sara Robles Ávila, profesora de la Universidad de Málaga, directora del máster de dicha universidad en Experto en la enseñanza del español como segunda lengua y coordinadora también de este volumen, queremos destacar su especialización dentro del estudio de las lenguas profesionales, otro de los campos punteros en las últimas tendencias de la Lingüística aplicada. La investigadora S. Robles Ávila se centra específicamente en el estudio de la lengua de la publicidad. Y además de la publicación de numerosos artículos sobre el tema, hay que destacar su monografía *Realce y apelación en el lenguaje de la publicidad* (2004, Madrid: Arco/Libros). Pues bien, el volumen reseñado presenta la novedad, como indica su título, de reunir tanto la vertiente teórica como práctica del español para fines específicos² pero aplicando los distintos

¹ Es de sobra conocido y muy utilizado entre los especialistas en EL2, el volumen dirigido por J. SÁNCHEZ LOBATO e I. SANTOS GARGALLO (2004): *Vademécum para la formación de profesores*, Madrid: SGEL.

² La denominación *español para fines específicos* convive con otras denominaciones para referirse a, en palabras de Pierre LERAT, «la lengua natural considerada como instrumento de transmisión de conocimientos especializados» (1997: *Las lenguas especializadas*, Barcelona: Ariel Lingüística, p. 17 [1^a ed. francesa 1995]; *Les langues spécialisées*, Presses Universitaires de France). Entre otras, podemos encontrar *lenguas de especialidad*,

métodos, perspectivas y vertientes pedagógicas o investigadoras a la enseñanza del español como segunda lengua. Los propios coordinadores de esta obra así lo señalan en la presentación de la monografía cuando dicen «Los objetivos fundamentales que en ella se plantean son describir las características generales y rasgos específicos de las lenguas de especialidad y, asimismo, exponer el enfoque de la enseñanza del español con fines específicos (EFE) [...]» (p. 10). Efectivamente, los aprendientes de español como lengua segunda demandan cada vez en mayor medida enseñanzas centradas en el español utilizado en distintos ámbitos profesionales, porque así lo exige la sociedad actual. De este modo, la monografía coordinada por S. Robles Ávila y J. Sánchez Lobato viene a cubrir una importante laguna en el terreno de la enseñanza de EL2, volcada tradicionalmente en la lengua común. Conscientes de ello, los coordinadores del volumen seleccionan los contenidos que incluyen atendiendo a estas demandas. Por esta razón, y en sus propias palabras:

«A partir de un capítulo inicial de carácter epistemológico, absolutamente necesario para sentar las bases sobre lo que entendemos por lenguajes para fines específicos, pasamos a describir y analizar —teoría y práctica— los fines específicos que en la actualidad han sido más demandados por los estudiantes: el español de los medios de comunicación, el español de los negocios, el español de la publicidad, el español administrativo, el español del turismo y el español jurídico». (p. 11)

En consonancia con lo anteriormente expuesto, la obra se estructura del siguiente modo: una breve *Presentación*, a cargo de los coordinadores (pp. 9-12); un capítulo introductorio, *La enseñanza-aprendizaje del español para fines específicos* (pp. 13-38), a cargo de Blanca Aguirre Beltrán, Jesús Sánchez Lobato e Isabel Santos Gargallo, los tres especialistas en la enseñanza del español como segunda; y seis capítulos que se centran en los fines específicos enumerados más

arriba por los coordinadores del volumen. María Victoria Romero Gualda, de la Universidad de Navarra, se ocupa de *Medios de comunicación y español con fines específicos* (pp. 39-74); Ángel Cervera Rodríguez, de la Universidad Complutense de Madrid, es autor de *El español de los negocios* (pp. 75-117); Sara Robles Ávila, de la Universidad de Málaga, se encarga de *El español de la publicidad* (pp. 118-150); Fernando Vilches Vivancos, de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, tiene a su cargo dos capítulos: *El español de la administración* (pp. 151-177) y *El español jurídico* (pp. 203-224); por último, Raquel Pinilla Gómez acomete *El español del turismo* (pp. 179-201). El volumen se cierra con una *Bibliografía general* (pp. 225-237) que no es mera suma de la que aparece al final de cada capítulo, sino específica del tema tratado. Es de destacar la uniformidad que los coordinadores, sin duda de forma consciente, han conseguido en esta obra. Los distintos capítulos (a excepción del capítulo introductorio, al que me referiré más adelante), se organizan de la misma manera: tras una introducción en la que se define el lenguaje de especialidad correspondiente a cada capítulo, se describen sus características lingüístico-pragmáticas, generalmente por niveles (morfosintáctico, léxico); a continuación, los diversos autores ofrecen una propuesta de programación que, a decir verdad, constituye un diseño muy completo de un curso de español EL2 centrado en el lenguaje de especialidad descrito; en este diseño se incluyen incluso los créditos docentes para los que está pensado. La propuesta de programación suele tener el formato de una tabla, lo que la hace muy útil, pues permite ver en cada celda los aspectos que deben tenerse en cuenta en la enseñanza-aprendizaje del español para fines específicos en el aula de EL2, entre esos aspectos se incluyen el nivel del destinatario (normalmente B2, C1 o C2 del Marco Común Europeo de Referencia), la unidad temática tratada y las competencias que, a través de las tareas correspondientes, se van a reforzar (lingüísticas: fonéticas, gramaticales o léxicas; discursivas, que refuerzan la expresión y comprensión textual o socio e interculturales). Como ejemplo de estas tablas puede consultarse la que ocupa las pp. 91-107, sobre el español de los negocios, descrito por el profesor Ángel Cervera. Tras la programa-

lenguas especializadas, lenguas profesionales. Español para fines específicos, translación de la sigla inglesa LSP (*Language for Special Purpose*), ha ido ganando terreno frente a *español profesional* y ha cavado formando pareja con la denominación *español con fines académicos*.

ción o diseño del curso, cada capítulo incluye actividades, ejercicios o materiales concretos que pueden utilizarse en las clases; estas actividades están resueltas, es decir, llevan un solucionario, lo que es muy de agradecer para los que se dedican a la enseñanza del español y, por otro lado, es algo habitual en los textos de apoyo para la docencia en EL2 y, afortunadamente, cada vez es más frecuente en textos de apoyo para la enseñanza de la lengua española en general, en cualquier nivel, también el universitario. Los capítulos de este volumen terminan con una breve conclusión que resume los puntos tratados; tras ella se cierra cada trabajo con una bibliografía que, aunque calificada de esencial, es sobre todo precisa y más que suficiente para abordar, si alguien tuviera que hacerlo, la enseñanza del curso de español para fines específicos de que se trate.

Sin embargo, no solamente están unificados los aspectos formales de la obra. La base metodológica y la orientación teórica de todos los capítulos también son uniformes y dicha uniformidad hay que buscarla en el capítulo introductorio, *La enseñanza-aprendizaje del español para fines específicos*. Los tres especialistas encargados de este capítulo dan prioridad a lo comunicativo en su metodología; en esto siguen las nuevas orientaciones teóricas de los estudios centrados en la investigación sobre lenguajes específicos. Recordemos el cambio de rumbo de los trabajos terminológicos de M. T. Cabré, que entiende el estudio de los términos y los lenguajes de especialidad como producto de situaciones comunicativas especializadas (Teoría Comunicativa de la Terminología o TCT) frente a los trabajos iniciales de Wüster o Sager, reducidos a ámbitos casi exclusivamente científicos (Teoría General de la Terminología o TGT). Además de esta prioridad de lo comunicativo, Blanca Aguirre Beltrán, Jesús Sánchez Lobato e Isabel Santos Gargallo son conscientes de que una metodología orientada a destinatarios que pueden tener intereses divergentes debe partir de una pluralidad de enfoques que puedan adaptarse a las necesidades reales del aula. A este respecto, resulta especialmente interesante el epígrafe 9 del capítulo introductorio («Factores y procesos para la organización de un curso con fines específicos»), en el que, además de describir

los distintos perfiles de los posibles destinatarios de un curso de este tipo, los autores pasan revista a los diferentes enfoques en la enseñanza del EL2, adaptándolos a los fines específicos (pp. 32-36).

Pero la obra reseñada no es un mero compendio de capítulos descriptivos y aplicados sobre la enseñanza-aprendizaje del español con fines específicos como segunda lengua. Hay también interesantes reflexiones que apuntan a posibles vías de investigación sobre el tema. Estas breves reflexiones suelen aparecer en el epígrafe 1. *Introducción*, de cada capítulo. Por poner un ejemplo, tanto María Victoria Romero Gualda en *Medios de comunicación y español con fines específicos*, como Ángel Cervera en *El español de los negocios* o Sara Robles Ávila en *El español de la publicidad*, coinciden en que la frontera entre la lengua común y las lenguas de especialidad, si es que realmente la hay, dista mucho de ser tajante y aún está poco delimitada en la teoría. Y los tres autores utilizan también el término *lenguaje sectorial* entendido, en palabras de S. Robles Ávila, como «aquellos [lenguajes de especialidad] propios de actividades o profesiones distintas en los cuales no existe finalidad críptica, por ejemplo el lenguaje de la política, del deporte, burocrático, administrativo, jurídico, etc.» (pp. 119-120). Se pone así de manifiesto que existe todavía recorrido investigador para llegar a tipificar los distintos tipos de lenguas de especialidad, establecer sus diferencias y determinar su relación con la lengua común (recordemos que, precisamente en los lenguajes sectoriales, la banalización o paso del léxico especializado al uso común es muy frecuente).

Quisiera cerrar esta reseña señalando algunos aspectos que no deben descuidarse en una obra académica, tales como la claridad y el orden en la exposición de los contenidos o la pulcritud en la edición y disposición de los materiales. Esta obra, concienzuda y valiosa científicamente, también lo es en el cuidado de los aspectos formales a que me acabo de referir. Por todo ello, felicito a los coordinadores, a los autores de los distintos capítulos y a *Analecta Malacitana*, por poner a nuestro alcance este anejo.

Rosario GONZÁLEZ PÉREZ
Universidad Autónoma de Madrid

FRANCISCO JUAN QUEVEDO GARCÍA (2012): *Regreso a La isla y los demonios* de Carmen Laforet, Valencia: Aduana Vieja Editorial, 176 pp. ISBN 9788496846647

Francisco Juan Quevedo García, profesor de Literatura Española en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y especialista en novela española moderna y contemporánea, nos ofrece en la obra que aquí reseñamos una aproximación a *La isla y los demonios* (1952), obra de Carmen Laforet. El objetivo fundamental de la monografía es el análisis de los recursos técnicos de los que la autora se sirve y la elaboración de una interpretación de la obra desde diferentes perspectivas. Ya el título, como manifiesta el propio autor, da cuenta de dos aspectos importantes que serán abordados al aquilatar el valor cultural y literario de *La isla y los demonios*. El doble eje en torno al cual construye Francisco J. Quevedo su análisis es la consideración de la novela como un «regreso» de la autora, tanto en el plano literario como en el personal. Regreso literario porque la novela representa el reencuentro de la autora con un público que esperaba, tras *Nada* (1944), una obra que confirmara su valía artística; y regreso personal porque el libro supone el retorno de Laforet al universo de su infancia y adolescencia, el de las Islas Canarias. El libro consta de una introducción (pp. 9-14) y tres capítulos —«Un libro obligado» (pp. 15-38), «Adiós a la isla» (pp. 39-54) y «El regreso literario» (pp. 55-170)—, además de la bibliografía (pp. 171-176).

El primer capítulo (pp. 15-38) versa sobre la significación de *La isla y los demonios* en la trayectoria vital y literaria de Carmen Laforet. La importancia de la obra radica en que supone el regreso de la autora a la creación novelística tras un paréntesis prolongado y después de haber alcanzado una cota de excelencia literaria con su primera novela. A la dilación en la publicación contribuyeron las vacilaciones de Laforet sobre su compaginación de vida familiar, libertad personal y creación literaria, un conflicto que la acompañó a lo largo de su vida, como han puesto de relieve sus biógrafos.

En el segundo capítulo (pp. 39-54) se revisan los vínculos que unen a Carmen Laforet con Gran Canaria, espacio en el que se desarrolla la novela

y en que Laforet pasó la primera etapa de su vida, desde los dos hasta los dieciocho años. Se destaca el interés de la autora por Canarias a lo largo de su vida y se explica cómo la implicación de la autora con el entorno insular en su niñez y adolescencia incidió significativamente sobre su biografía y, lo que nos interesa aquí, sobre su creación literaria.

El tercer capítulo (pp. 55-170) analiza la novela desde la óptica del doble regreso antes descrito: el regreso literario al ruedo novelístico y el regreso personal a Gran Canaria. Este capítulo, el más amplio, lo integran, a su vez, siete subapartados: «Presentación de la isla» (pp. 55-69), «El mar constante: retención y fuga» (pp. 69-89), «Otra perspectiva del agua» (pp. 90-95), «La implicación telúrica de Carmen Laforet» (pp. 96-124), «Elementos mágicos y aislamiento en *La isla y los demonios*» (pp. 125-146), «Los escritos de Marta: entre demonios y dioses» (pp. 147-156) y «Sobre el habla y otros componentes culturales» (pp. 157-170). El primero de los subapartados trata sobre una cuestión crucial: las estratagemas de las que debe servirse la autora para informar de la realidad del espacio insular al lector medio de su época, frecuentemente no tan familiarizado con las Islas Canarias como con la Barcelona en que se desarrolla *Nada*. Los tres siguientes apartados dan cuenta de la importancia que tiene la naturaleza en la obra y personalidad de Laforet. Más allá del telurismo, hay en la novela una simbiosis entre personaje y paisaje cuyos mecanismos e implicaciones se dilucidan, sobre todo en lo que atañe a Marta Camino, la protagonista. Los tres siguientes apartados, más concretos en su enfoque, ejemplifican a través de datos y pasajes determinados de la novela diversos aspectos significativos del texto, desde la relación entre aislamiento y mundo mágico, singularmente a través de la figura de la criada mayorera, Vicenta, hasta el conocimiento de la isla en lo que concierne a habla popular, música y gastronomía por parte de Carmen Laforet, pasando por la importancia simbólica de los escritos de la protagonista, que reflejan sus conflictos internos (los «demonios» a los que se refiere el título), pero también la posibilidad de redención a través del mítico espacio insular.

Este libro constituye, en conclusión, la única monografía sobre *La isla y los demonios* disponible

hasta la fecha. En la línea de aportaciones anteriores de su autor, que ha llevado a cabo trabajos de envergadura sobre la novelística contemporánea y sobre la literatura canaria, la obra nos ofrece un análisis detallado de la novela desde la doble perspectiva de su significación en el panorama literario contemporáneo español —y singularmente en la trayectoria de Carmen Laforet— y de su vinculación a una tradición de literatura insular. Es en este último aspecto donde se llega a conclusiones más originales. Aunque no tienda a ser recogida en los manuales de literatura canaria, es evidente por esta obra que Carmen Laforet lleva inserta la esencia insular y que *La isla y los demonios* refleja muchos de los rasgos que se han considerado definitorios de tal literatura. Esta novela supone un regreso

de Carmen Laforet a la novelística que se forja, ante todo, con el regreso a un espacio, el de Gran Canaria, que le es, por sus vivencias tempranas en la isla, muy próximo y guarda presente en su memoria. Más allá de detalles anecdoticos, como los que conciernen, por ejemplo, al habla popular, la música y la gastronomía, esta monografía pone de manifiesto las particularidades que entraña cartografiar literariamente un paisaje tan singular como el canario y enfatiza, con todas sus implicaciones, la simbiosis entre personaje y paisaje canario que en la novela acontece.

Mónica María MARTÍNEZ SARIEGO
*Universidad de Las Palmas
de Gran Canaria*

RFULL 32, 2014
RELACIÓN DE REVISORES

Francisco ÁLAMO FELICES (Universidad de Almería)
Marta ALBELDA (Universidad de Valencia)
Esperanza R. ALCAIDE LARA (Universidad de Sevilla)
Santiago ALCoba (Universidad Autónoma de Barcelona)
Myriam ÁLVAREZ MARTÍNEZ (Universidad de La Laguna)
Antonio M. BAÑÓN HERNÁNDEZ (Universidad de Almería)
Carmen BECERRA SUÁREZ (Universidad de Vigo)
Ana María CESTERO MANCERA (Universidad de Alcalá de Henares)
Eliecer CRESPO FERNÁNDEZ (Universidad de Castilla la Mancha)
Francisco FERNÁNDEZ GARCÍA (Universidad de Jaén)
Juan FRAU (Universidad de Sevilla)
Juan Manuel GARCÍA PLATERO (Universidad de Sevilla)
Joaquín GARRIDO MEDINA (Universidad Complutense, Madrid)
Oswaldo GUERRA SÁNCHEZ (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria)
M. Isabel HERNÁNDEZ TORIBIO (Universidad Complutense, Madrid)
Enrique JIMÉNEZ RÍOS (Universidad de Salamanca)
Covadonga LÓPEZ ALONSO (Universidad Complutense, Madrid)
Marcos MARTÍNEZ HERNÁNDEZ (Universidad Complutense, Madrid)
Fernando MARTÍNEZ VALLVEY (Universidad Pontificia de Salamanca)
Emilio MONTERO CARTELLE (Universidad de Santiago de Compostela)
José Ramón MORALA RODRÍGUEZ (Universidad de León)
Pastora MORENO (Universidad de Sevilla)
Fernando NAVARRO (Universidad Autónoma de Madrid)
Jorge ONRUBIA PINTADO (Universidad de Castilla la Mancha)
Xosé A. PADILLA GARCÍA (Universidad de Alicante)
Nilo PALENZUELA BORGES (Universidad de La Laguna)
Gerardo PiÑA-ROSALES (Academia Norteamericana de la Lengua Española)
María Victoria ROMERO GUALDA (Universidad de Navarra)
Aurora SALVADOR ROSA (Universidad de Cádiz)
José Antonio SAMPER PADILLA (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria)
Marcos SARMIENTO PÉREZ (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria)
Alicia VALVERDE VELASCO (Universidad de Almería)
Christian VICENTE (Université de Haute-Alsace. Francia)
María Jesús VIGUERA MOLINS (Universidad Complutense, Madrid)
Francisco YUS (Universidad de Alicante)

INFORME DEL PROCESO EDITORIAL DE *RFULL* 32, 2014

El equipo de dirección se reunió en la segunda quincena de junio y en la primera quincena de noviembre de 2013 para tomar decisiones sobre el proceso editorial del número 32 de *RFULL*. El tiempo medio transcurrido desde la recepción, evaluación, aceptación, edición e impresión final de los trabajos fue de 8 meses.

Estadística:

N.º de trabajos recibidos en *RFULL*: 25.

N.º de trabajos aceptados para publicación: 15 (60%). Rechazados: 10 (40%).

Media de revisores por artículo: 2.

Media de tiempo entre envío y aceptación: 3 meses.

Media de tiempo entre aceptación y publicación: 5 meses.

Los revisores varían en cada número, de acuerdo con los temas presentados.

NORMAS DE EDICIÓN

La Revista de Filología de la Universidad de La Laguna ruega encarecidamente a los autores que sean respetuosos con las siguientes normas editoriales:

1. El documento se configurará con márgenes de 2'5 cm por los cuatro lados y con espaciado interlineal sencillo.
2. Se utilizará como tipo de letra Times New Roman (12 puntos para el texto principal y 10 para notas, citas destacadas y bibliografía). No se admite el uso de la negrita ni del subrayado. El uso de la cursiva ha de limitarse a su mínima expresión dentro del texto: títulos de libros, nombres de revistas o periódicos, obras de arte, palabras extranjeras o que quieran señalarse de modo particular y para lo cual el empleo de la letra redonda entre comillas no bastase.
3. El artículo llevará: título centrado (en MAYÚSCULAS); debajo y también centrado, nombre del autor del trabajo (en letra redonda); en la línea siguiente, y centrado, se pondrá la universidad o institución a la que el autor pertenece (en letra redonda).
4. A continuación, separado por tres marcas de párrafo (retornos), se incluirá el RESUMEN en español y las PALABRAS CLAVE; y seguidamente el ABSTRACT y KEY WORDS.
5. Salvo en los casos en que se indica otra cosa, la alineación del texto deberá estar justificada y no se utilizará la división de palabras con guiones.
6. Las notas se colocarán a pie de página con numeración correlativa e irán a espacio sencillo. Las llamadas a notas han de ir siempre junto a la palabra, antes del signo de puntuación. Se recomienda que sean solo aclaratorias y que se incluyan dentro del texto aquellas en las que se citen únicamente el autor, año y página (Alvar 1996: 325).
7. Las citas intercaladas en el texto (inferiores a tres líneas) irán entre comillas bajas o españolas («...»), sin cursiva. Las omisiones dentro de las citas se indicarán mediante tres puntos entre corchetes: [...]. Si en una cita entrecomillada se deben utilizar otras comillas, se emplearán las altas ("...").
8. Las citas superiores a tres líneas se sacarán fuera del texto, sin comillas, con sangría simple (1,27 cm), en letra de tamaño 10 pt.
9. Las ilustraciones (figuras, gráficos, esquemas, tablas, mapas, etc.) se incluirán en el documento electrónico o en archivos separados (indicando claramente en el texto el lugar en el que deben insertarse). Todas las ilustraciones deben enviarse en formato «jpg», «tiff» o «gif» con calidad suficiente para su reproducción. Los autores de los trabajos serán los responsables de obtener, en su caso, los correspondientes permisos de reproducción.
10. En las recensiones, el nombre del autor de la misma debe ir al final del trabajo, y al principio se incluirán todos los datos de la obra reseñada. Ejemplo:

JOSÉ PAULINO AYUSO: *Antología de la poesía española del Siglo xx, I, 1900-1939*, Madrid: Castalia, 1996, 450 pp. ISBN 84-7039-738-9.

11. Si el texto está dividido en apartados, se utilizará MAYÚSCULA y centrado para el título principal, y para los subapartados, alineados a la izquierda, lo siguiente: 1. VERSALITA; 1.1. cursiva; 1.1.1. redonda.
12. Las referencias bibliográficas se colocarán al final del trabajo, separadas del texto por cuatro marcas de párrafo (retornos), bajo el epígrafe BIBLIOGRAFÍA, dispuestas alfabéticamente por autores y siguiendo este orden:

Deberán indicarse en primer lugar los apellidos (en VERSALITA) y nombre (en letra redonda) del autor (en el caso de obras firmadas por hasta tres autores, tras los apellidos y nombre del primero se indicará nombre [en letra redonda] y apellidos [en VERSALITA] de los otros; si la obra está firmada por más de tres autores, los apellidos y nombre del primero estarán seguidos de la expresión *et al.*). A continuación se señalará el año de publicación (entre paréntesis y con la distinción a, b, c... en el caso de que un autor tenga más de una obra citada en el mismo año). Seguidamente, se tendrá en cuenta lo siguiente:

12.1. Si se trata de una monografía, título del libro (en *cursiva*); lugar de publicación y editorial separados por dos puntos. Ejemplo:

CALVO PÉREZ, Julio (1994): *Introducción a la pragmática del español*, Madrid: Cátedra.

12.2. Si se trata de una parte de una monografía, título del artículo (entre comillas españolas «...»); después se reseñará la monografía de la forma descrita en el punto anterior. Ejemplo:

WEINREICH, Uriel, William LABOV y Marvin I. HERZOG (1968): «Empirical Foundations for a Theory of Language Change», en Winfred P. LEHMANN y Yakov MALKIEL (eds.), *Directions for Historical Linguistics*, Austin: University of Texas Press, 95-188.

12.3. Si se trata de un artículo de revista, título del artículo (entre comillas españolas «...»); título de la revista (en *cursiva*), que irá seguido del número del volumen o tomo y las páginas separados por dos puntos. Ejemplo:

ALVAR, Manuel (1963): «Proyecto de Atlas Lingüístico y Etnográfico de las Islas Canarias», *Revista de Filología Española* xlvi: 315-328.

12.4. Si se trata de una publicación o recurso informático, se seguirá lo apuntado anteriormente respecto a autores, fecha y tipo de obra, haciendo constar a continuación el soporte, dirección electrónica o URL y, en su caso, fecha de consulta. Ejemplos:

BOIXAREU, Mercedes *et al.* (2006): «Historia, literatura, interculturalidad. Estudios en curso sobre recepción e imagen de Francia en España», en Manuel BRUÑA *et al.* (eds.), *La cultura del otro: español en Francia, francés en España. La culture de l'autre: espagnol en France, français en Espagne*. Sevilla: Asociación de Profesores de Francés de la Universidad Española, Société des Hispanistes Français y Departamento de Filología Francesa de la Universidad de Sevilla, 33-58. Edición en CD-ROM.

JIMÉNEZ, Dolores (2007): «La anécdota, un género breve: Chamfort», *Cédille, revista de estudios franceses* 3: 9-17. URL: <http://webpages.ull.es/users/cedille/tres/djimenez.pdf>; 14/04/2008.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: CORDE. *Corpus diacrónico del español*. URL: <http://corpus.rae.es/cordenet.html>; 25/05/2008.

Los artículos que no se atengan a estas normas serán devueltos a sus autores, quienes podrán reenviarlos de nuevo, una vez hechas las oportunas modificaciones.



ULL | Universidad
de La Laguna

