



**Universitat Autònoma de Barcelona**

Facultad de Filosofía y Letras  
Departamento de Filología Española

Manifestaciones de la opinión y de la argumentación  
en columnistas de *El País* y de *ABC*

Tesis para obtener el grado académico de  
**Doctora en Lengua Española**

Presentada por:  
**Milena Ivanović**

Director de la tesis:  
**Dr. Santiago Alcoba Rueda**

Barcelona, septiembre de 2015



*Mojim divnim roditeljima, najbitnijim osobama u mom životu.  
Za svu njihovu beskrajni ljubav, podršku i pažnju.  
Zato što izgradili temelje da verujem u prave vrednosti i živim u skladu sa njima.  
Zato što su me naučili da ne postoji ništa vrednije od znanja.  
I zato što su uvek verovali u mene.*

*A mis queridos padres, las personas más importantes de mi vida.  
Por todo su amor, apoyo y cuidado infinitos.  
Por haber construido los fundamentos para creer en los verdaderos valores y vivir de  
acuerdo con ellos.  
Por haberme enseñado que no hay nada más valioso que el conocimiento.  
Y por confiar en mí siempre.*



## **Agradecimientos**

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todos que me han acompañado en este camino y sin cuyo apoyo y aportación este trabajo no hubiera sido posible.

En primer lugar, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi director de la tesis, Dr. Santiago Alcoba, por su compromiso con la dirección de esta tesis doctoral. Por confiar en mí y por haberme motivado y animado a llevar a cabo este trabajo. Por sus valiosas sugerencias y observaciones, que han contribuido no solo a mejorar la escritura académica sino también a mejorar mis conocimientos del español en todos los aspectos. Por estar siempre dispuesto para resolver mis dudas y orientarme en la dirección más conveniente. Y también por su apoyo en tomar algunas decisiones en los momentos de cambio.

En segundo lugar, quiero dar las gracias a los profesores del Departamento de la Filología Española de la UAB, en particular a los que fueron mis profesores en el Máster en Lengua Española y Literaturas Hispánicas por haberme transmitido sus conocimientos de una manera incondicional y por haberme contagiado con su pasión por los estudios lingüísticos. De manera muy especial quiero mi agradecimiento a la Dra. Amparo Tusón Valls por su comprensión, por su amabilidad y por haberme animado a seguir en el momento cuando mis fuerzas flaqueaban. También he de mencionar en este punto la Dr. Dolors Poch Olivé que, junto con mi director, me ha brindado la oportunidad de colaborar en el proyecto de investigación *Manifestaciones de la cortesía lingüística en las cuñas publicitarias españolas y latinoamericanas*.

No puedo dejar de mostrar mi también mi sincero reconocimiento y gratitud al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España y a la Agencia Española de Cooperación internacional para el Desarrollo por haberme concedido la beca MAEC-AECID de cuatro años de duración para realizar los estudios superiores de Máster y de Doctorado en la Universidad Autónoma de Barcelona.

Por último he de referirme a mis amigos de lejos que, aunque nos separan miles de kilómetros, están siempre conmigo. Especialmente a Hristina, que ha estado siempre a mi lado y que me ha ayudado a encontrar respuestas a algunas de mis inquietudes en

nuestras largas conversaciones. A mis amigos de estos años por su amistad y apoyo durante mi estancia en Barcelona: Mouhcine y Miljana, mis primeros amigos aquí; Raúl, que me ha enseñado a conocerme mejor a mí misma; Andjelka, que comparte mi pasión por las aventuras; Rai, que por casualidades de la vida llegó a ser mi amigo. También a mis amigos del Máster en Dirección de Relaciones Públicas y Gabinetes de Comunicación, que, aunque estuvieron muy poco tiempo en Barcelona, han marcado una etapa muy importante en mi vida.

Finalmente, gracias al *running* por haberme hecho más fuerte, tanto físicamente como mentalmente y por haberme ayudado a creer más en mí misma y a luchar con mis inseguridades.







### *Un viejo y honorable corsé*

La distinción entre izquierda y derecha es cada vez más borrosa, pero es útil

[RAMÓN GONZÁLEZ FÉRRIZ, \*El País\*. 30 de agosto 2014](#)

Las nociones políticas de izquierda y derecha se han transformado enormemente en las últimas décadas, y hoy resulta fácil advertir las grandes diferencias que separan a los partidos socialistas y conservadores actuales de los de hace solo cincuenta años. Pero, al mismo tiempo, es asombroso ver cómo esas dos maneras de comprender la realidad son en esencia iguales a cuando se fundaron hace más de dos siglos a consecuencia de las tres grandes revoluciones que iniciaron nuestra era —la Revolución Industrial, la Revolución Americana y la Revolución Francesa— y siguen definiendo la política occidental.

En un reciente y extraordinario libro, *The Great Debate* [El gran debate], el académico y político estadounidense Yuval Levin explica los orígenes del pensamiento progresista y conservador a partir de Thomas Paine y Edmund Burke, dos de las figuras capitales de la filosofía —pero también de la acción— política de finales del siglo XVIII. Paine fue un inglés de orígenes modestos y autodidacta, observador de primera mano de la Revolución Francesa y autor de brillantes panfletos como *El sentido común* y *Los derechos del hombre*, con los que inició la tradición de pensamiento progresista moderno y alentó la independencia de Estados Unidos y sus instituciones revolucionarias y democráticas. Para él, la política era un arte que debía desarrollarse únicamente mediante la razón —y la razón excluía la monarquía hereditaria—, consideraba que los ordenamientos jurídicos y las formas de organización política no eran sino un producto de la voluntad humana que toda generación tenía derecho a cambiar de

acuerdo con lo que su tiempo le exigiera y que la política no era más que la búsqueda de la felicidad de los individuos, que eran lo único relevante por encima de ideas como las de nación o comunidad.

Hoy las ideas de progresismo y conservadurismo son distintas

Edmund Burke fue un escritor y político también inglés, de acomodado origen irlandés, que tuvo posiciones políticas moderadas hasta que el estallido de la Revolución Francesa le llevó a desarrollar, en magníficos libros e intervenciones parlamentarias, las nociones esenciales del conservadurismo contemporáneo y una defensa ponderada del *statu quo*. Según Burke, la política debía ejercerse mediante la razón, pero ignorar los sentimientos y los apegos irracionales llevaba a la catástrofe: la religión y la monarquía, y las ceremonias a ellas asociadas, decía, eran elementos que los ciudadanos apreciaban y necesitaban como elemento de unión social. Según Burke, los individuos no eran sólo eso, sino miembros de una comunidad que por el mero hecho de nacer estaban condenados a recibir el mundo que les dejaban sus padres y tratar de dejárselo a las siguientes generaciones en un estado lo más armónico posible. Para ello, había que olvidarse de revoluciones y limitarse a cambiar aquí y allá lo que no funcionara y dejar que, en lo sustancial, la sociedad evolucionara lentamente de acuerdo con sus tradiciones y costumbres. Paine era un optimista convencido de que la humanidad puede encontrar la justicia si así se lo propone y de que el mundo puede soportar cualquier cambio que la razón diga que es a mejor. Burke era un escéptico que temía que el ansia de cambios radicales, incluso los más bienintencionados, acabara con la convivencia pacífica y un tejido social mucho más frágil y complejo de lo que creían los progresistas.

Como decía, hoy las ideas de progresismo y conservadurismo son distintas. Una parte de la izquierda ha perdido la confianza en el individualismo y el racionalismo de Paine y ha apostado por posturas comunitaristas o anticientíficas. Y, del mismo modo, las ideas sobre la sociedad de Burke son hoy ajenas a una parte de la derecha, que cree que la política no debe tener relación alguna con los

sentimientos y las pasiones y puede resumirse en una hoja de Excel. Asuntos que hace no tanto considerábamos progresistas como el divorcio, los preservativos o el matrimonio homosexual tienen un apoyo absoluto o creciente entre los conservadores, y nociones tradicionalmente conservadoras como la de propiedad privada, la competencia en numerosos sectores de la economía o los esfuerzos por limitar la inflación parecen hoy también mayoritarias en la izquierda. (Un patrón habitual en las últimas décadas, como se ve, es que la derecha acabe aceptando ideas morales de la izquierda y que ésta asuma ideas económicas de la derecha; ambas suelen hacerlo a regañadientes, pero lo hacen). Con todo, las ideas saltan tantas veces de un lado al otro del pasillo que hoy, en buena medida, no tenemos del todo claro si la libertad individual, la limitación de los poderes del Estado o la vigencia de identidades comunitarias son ideas de izquierdas o de derechas. Esto es una buena noticia y no deberíamos preocuparnos demasiado por la confusión: las ideas políticas siempre son más claras y más elegantes que la política real, y lo único realmente importante es que las buenas florezcan y las malas se descarten. Pero sea como sea, más allá de estas transformaciones, en nuestros grandes partidos —y medios de comunicación, libros y asociaciones civiles— perviven hoy tozudamente esas dos visiones políticas opuestas que ejemplificaron Paine y Burke. Porque de hecho no se trata de visiones que hoy consideraríamos estrictamente vinculadas a la política cotidiana, sino que tienen sus raíces en qué pensamos que es la naturaleza, en qué consiste el verdadero carácter humano y cuál es la finalidad de nuestro paso por la tierra.

Las visiones políticas opuestas de Paine y Burke siguen hoy vigentes

Desde hace tiempo, se han producido numerosas llamadas a superar una distinción política tan vieja como la que separa a izquierda y derecha y a encontrar nuevas formas de ordenar las ideas políticas y la confrontación entre ellas. Sería algo deseable. Sin embargo, aunque muchos ciudadanos, medios y organizaciones se sientan incómodos con esta tajante división, lo cierto es que los discursos políticos, filosóficos e incluso

literarios siguen siendo, para bien o para mal, expresiones de uno u otro campo, o al menos la sociedad siente que debe incluirlos en uno u otro para simplificarlos, comprenderlos y archivarlos. Quizá muchos sintamos que es urgente, pero lo cierto es que no hemos sabido encontrar aún la manera de superar la distinción entre izquierda y derecha que establecieron esos dos gigantes políticos que fueron Paine y Burke hace más de dos siglos. Lo cual habla muy bien de ellos y no tanto de nuestra capacidad para elaborar nuevos menús ideológicos que superen a los establecidos y resulten tan atractivos como estos.

**Ramón González Ferriz** es editor de la revista *Letras Libres* en España y autor de *La revolución divertida* (Debate, 2012).





## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	21
Relevancia del tema.....	21
Objetivos generales.....	23
Las cuestiones esenciales.....	25
Estructura de trabajo.....	28
<b>A. MARCO TEÓRICO</b>	
<b>A.1. La retórica y la argumentación</b> .....	35
1.1. La retórica.....	35
1.2. La argumentación.....	41
1.2.1. Perspectiva lógico-retórica.....	45
1.2.2. El modelo de argumentación de Toulmin.....	50
1.2.3. La nueva retórica de Perelman y Olbrecht-Tyteca.....	54
1.2.4. La influencia de la pragmática en el estudio de la argumentación.....	60
1.2.5. Perspectiva socio-cognitiva en el estudio de la argumentación.....	74
1.2.6. Gramática de la argumentación de Vincenzo Lo Cascio.....	76
1.3. Recapitulación de los conceptos teóricos.....	82
<b>A.2. La argumentación desde el punto de vista discursivo</b> .....	85
2.1. Texto, discurso, género, registro y tipo de texto.....	86
2.2. La organización global de los textos argumentativos.....	99
2.3. Recapitulación de los conceptos teóricos.....	106
<b>A.3. Periodismo de opinión</b> .....	108
3.1. Información, interpretación y opinión.....	111
3.2. Periodismo y retórica.....	117
3.3. Persuadir y convencer.....	120
3.4. Lenguaje y estilo periodístico.....	127
3.5. Artículo periodístico.....	131
3.6. La columna periodística.....	134
3.7. Nuevas tendencias del periodismo.....	139
3.8. Recapitulación de los conceptos teóricos.....	145
<b>A4. Bases para el estudio. Instrumentos y conceptos fundamentales del marco teórico</b> ..	147
4.1. La Teoría de la Argumentación en la Lengua.....	148
4.1.1. Primera fase de la Teoría de la Argumentación en la Lengua.....	151
4.1.1.1. <i>El descriptivismo radical</i> .....	152
4.1.1.2. <i>Descriptivismo presuposicional</i> .....	153
4.1.1.3. <i>La argumentación como un constituyente de la significación</i> .....	153
4.1.2. Segunda fase de la Teoría de la Argumentación en la Lengua. La Teoría de los <i>Topoi</i> .....	154
4.1.2.1. <i>Definición general de la noción de topoi</i> .....	154
4.1.2.2. <i>Forma tópica intrínseca y forma tópica extrínseca</i> .....	156
4.1.2.3. <i>Fuerza argumentativa</i> .....	157
4.1.2.4. <i>La Teoría de los Modificadores Argumentativos</i> .....	158

4.2. La teoría de la polifonía.....	162
4.3. La Teoría de la Argumentación en la Lengua y los marcadores del discurso.....	165
4.3.1. Aspectos teóricos generales y definición de los marcadores del discurso.....	166
4.3.2. Los marcadores del discurso en la Teoría de la Argumentación en la Lengua.....	171
4.3.2.1. <i>Conectores y operadores argumentativos</i> .....	173
4.4. Pragmalingüística.....	175
4.5. Recapitulación de los conceptos teóricos.....	177
<b>B. LA CONFIGURACIÓN DEL CORPUS Y LA METODOLOGÍA</b>	
<b>B.1. Tipos de datos y selección del corpus</b> .....	185
1.1. Características del corpus: <i>El País</i> y <i>ABC</i> , dos periódicos de referencia.....	188
1.2. <i>El País</i> .....	189
1.2.1 Maruja Torres.....	192
1.2.2. Carlos Boyero.....	194
1.3. <i>ABC</i> .....	195
1.3.1. Antonio Burgos.....	197
1.3.2. Ignacio Camacho.....	199
<b>B.2. Tratamiento de los datos y metodología</b> .....	201
2.1. Diseño y metodología del análisis y herramientas teóricas generales utilizadas.....	204
2.2. Recapitulación.....	211
<b>C. ANÁLISIS DE LOS DATOS Y RESULTADOS</b>	
<b>C.1. Mecanismos lingüísticos y pragmáticos de las estrategias argumentativas. Marcadores de la argumentación</b>	217
1.1. Orientación argumentativa.....	218
1.1.1. Coorientación argumentativa.....	223
1.1.1.1. <i>Relación aditiva</i> .....	224
1.1.1.2. <i>Relación causal</i> .....	233
1.1.2. Antiorientación argumentativa.....	238
1.1.2.1. <i>Relación adversativa</i> .....	239
1.1.2.2. <i>Relación concesiva</i> .....	245
1.2. Fuerza argumentativa.....	247
1.2.1. Aumento de la fuerza argumentativa. Los mecanismos de la intensificación discursiva.....	253
1.2.2. Disminución de la fuerza argumentativa. Los mecanismos de la atenuación discursiva.....	267
1.3. Recapitulación.....	272
<b>C.2. La argumentación y los interlocutores</b> .....	279
2.1. Argumentación y polifonía.....	279
2.1.1. Visión personal.....	284
2.1.2. La voz de otros como apoyo.....	287
2.1.3. Desdoblamiento del locutor.....	288
2.1.3.1. <i>Discurso reproducido</i> .....	288
2.1.3.2. <i>Estructuras parentéticas</i> .....	291
2.1.3.3. <i>Ironía</i> .....	293
2.1.4. Estructuras impersonales.....	296
2.2. La figura del receptor en la argumentación.....	300
2.2.1. Fórmulas de tratamiento.....	301



2.2.2. Mecanismos de apelación.....	303
2.3. Recapitulación.....	310
<b>C.3. Argumentación y cortesía verbal.....</b>	<b>317</b>
3.1. Los conceptos claves para el estudio de cortesía verbal.....	319
3.2. Cortesía positiva.....	321
3.2.1. Apelar al 'terreno común'.....	325
3.2.1.1. <i>Atender a las necesidades del receptor</i> .....	325
3.2.1.2. <i>Intensificar el interés por el receptor</i> .....	326
3.2.1.3. <i>Destacar la pertinencia al mismo grupo social</i> .....	329
3.2.1.4. <i>Evitar desacuerdo</i> .....	330
3.2.2. Transmitir la cooperación entre interlocutores.....	331
3.2.2.1. <i>Incluir los receptores en la acción</i> .....	331
3.2.2.2. <i>Asumir o declarar reciprocidad</i> .....	332
3.3. Cortesía negativa.....	333
3.3.1. No coercer al receptor.....	335
3.3.1.1. <i>Minimizar la imposición del acto</i> .....	335
3.3.1.2. <i>Se deferente</i> .....	336
3.3.2. Expresar que el emisor no quiere afectar al receptor.....	337
3.4. Recapitulación.....	339
<b>D. CONCLUSIÓN</b>	
<b>D.1. Recapitulación de algunos puntos esenciales de la tesis.....</b>	<b>347</b>
1.1. Objetivos y cuestiones esenciales.....	347
1.2. Marco teórico y las bases para el estudio.....	352
1.3. La configuración del corpus y la metodología.....	356
<b>D.2. Interpretación y evaluación de los resultado.....</b>	<b>358</b>
2.1. Marcadores de la argumentación.....	358
2.2. Argumentación y los interlocutores.....	366
2.3. Argumentación y cortesía verbal.....	372
<b>D.3. Problemas suscitados y líneas de investigación finales.....</b>	<b>377</b>
<b>D.4. Conclusiones finales.....</b>	<b>382</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>389</b>



## **INTRODCCIÓN**



## INTRODUCCIÓN

### Relevancia del tema

Esta tesis doctoral se enmarca en el área de Análisis del Discurso y lo que se pretende estudiar es la argumentación. El objetivo de la tesis es analizar y comparar manifestaciones lingüísticas de la argumentación y de la cortesía en las columnas periodísticas. Para el análisis que se hará en este trabajo se han escogido columnas firmadas, publicadas en dos periódicos de orientación distinta: *El País* y *ABC*. Los autores de las columnas elegidas de *El País* son Carlos Boyero y Maruja Torres y de *ABC*, Antonio Burgos e Ignacio Camacho.<sup>1</sup>

Tradicionalmente en los textos de los medios periodísticos se pueden diferenciar dos procedimientos bien diferenciados de manifestación de opinión con distintas voces: de la propia empresa, a través del editorial, y la de los colaboradores de referencia y con entidad propia, a través de otros géneros de opinión, como la columna. Todos los materiales y las estrategias que constituyen tanto los editoriales como las columnas responden a un propósito argumentativo, es decir, son, procedimientos para confirmar y legitimar las convicciones y actitudes de los interlocutores.

No obstante, en esta tesis nos vamos a centrar en las columnas periodísticas y vamos a intentar caracterizar la estructura global argumentativa de los textos de nuestro corpus para comprobar de qué manera los autores (un catálogo cerrado de columnistas) entienden qué es más efectivo para persuadir a los lectores de sus tesis sobre un tema de actualidad en columnas.

Recordamos que los estudios sobre la retórica y la argumentación tienen orígenes antiguos. La retórica se desarrolló como el arte de la persuasión a través de la palabra, del discurso, y fue la primera en ocuparse de reflexionar sobre aquellos recursos que podía emplear el orador para persuadir a un auditorio. Hoy día, todavía

---

<sup>1</sup> A lo largo de esta tesis doctoral se van a utilizar los iniciales de nombre y de apellido de cada columnista: CB para Carlos Boyero, MT para Maruja Torres, AB para Antonio Burgos e IC para Ignacio Camacho.

siguen vigentes algunas reglas clásicas establecidas (Aristóteles, Cicerón y Quintiliano), la base de los planteamientos posteriores, pero, lógicamente, se ha avanzado mucho en las formulaciones teóricas, algunas de las cuales consideraremos en este trabajo.

Como haremos un análisis de un tipo del discurso destinado a expresar la opinión y persuadir, consideramos que es necesario presentar las actuales teorías de la argumentación contemporáneas. Entre ellas destacan las de Perelman y Olbrechts-Tyteca (1958) y (1989) más orientada a la retórica, las de Ducrot (1984) y (1990); Anscombe y Ducrot (1989) y (1994) más orientadas a semántica y la teoría pragmatológica de Van Eemeren y Grootendorst (1984), (1996) y (2004).

Además, desde una perspectiva más actual, la argumentación también puede considerarse como un tipo de discurso o texto. Por tanto, intentaremos sintetizar el estudio de la argumentación como un fenómeno discursivo y lingüístico, como un tipo de discurso y como caracterizado por algunos elementos que se pueden identificar en el nivel oracional e independientes del tipo de texto, es decir, como “efecto discursivo que persigue el argumentador” (Dolz, 1993: 68).

El interés por el género periodístico se debe a varias razones. Los nuevos medios de comunicación de masas y el Internet desempeñan un papel destacado. Además de haber enriquecido la difusión de diversos discursos que influyen en todos los ámbitos, también hace que sea relativamente fácil acceder a las fuentes y compilar los textos que formarán el corpus.

Desde el punto de vista lingüístico, el lenguaje de los medios de comunicación de masas tiene características propias que lo distinguen de otros usos lingüísticos y con varias ventajas como múltiples autores y difusión masiva. Muchos son los estudios sobre la organización de la estructura textual y, en general, el discurso de la noticia, tanto escrita como oral. Dado que los artículos de opinión muestran una estructura más libre y más variada en otros aspectos, creemos que este trabajo puede constituir en sí mismo una aportación más a la descripción del discurso de los artículos de opinión y de las distintas maneras de tratar y expresar la opinión.

Finalmente, desde el punto de vista aplicativo, nos interesa hacer una aproximación a los estudios de literacidad crítica<sup>2</sup> con el fin de desarrollar la Competencia Receptiva Crítica para Nivel C en E/LE para que los estudiantes sean lectores críticos capaces de identificar diferentes componentes de cada texto, sus exponentes funcionales y de interpretar los mensajes. Sabemos que el periodismo actual es una referencia social importante que crea corrientes de opinión en la sociedad porque, tal como ha apuntado Noam Chomsky en varias ocasiones, los medios de comunicación no solo influyen en nuestra percepción de la realidad social, sino también, influyen en nuestras opiniones y actitudes. La prensa es un medio poderoso que genera opinión simplemente por la selección de temas que cubre, pero, también, a través de los textos de opinión, llamados también géneros argumentativos, que comentan los acontecimientos y pretenden influir en el lector.

Dentro de los estudios de opinión pública, Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson y H. Gaudet (1962) fueron quienes formularon por primera vez el concepto de “líderes de opinión”, personas que tienen influencia sobre la opinión de las personas que suelen seguir sus actitudes. Generalmente se trata de grupos que están más en contacto con los medios de comunicación de masas de modo que podemos decir que los columnistas representan unos líderes de opinión importantes en cada sociedad. Por tanto, consideramos que el análisis del discurso periodístico es crucial para el desarrollo de la competencia crítica en la enseñanza de E/LE de Nivel C de acuerdo con la propuesta de MCERL (2001) que plantea la interpretación crítica de textos en los niveles B2/C de dominio de una lengua.

### **El objeto de estudio**

La argumentación es una característica del discurso humano que se manifiesta a través de diferentes marcas lingüísticas y discursivas. En esta tesis se pretende observar mediante el análisis discursivo cuáles son los mecanismos lingüísticos y pragmáticos

---

<sup>2</sup> “Bajo el concepto de literacidad englobamos todos los conocimientos, habilidades y actitudes y valores derivados del uso generalizado, histórico, individual y social del código escrito.” En Cassany, D.: "Literacidad crítica: leer y escribir la ideología" Disponible en: [http://sedll.org/es/admin/uploads/congresos/12/act/10/Cassany\\_D.pdf](http://sedll.org/es/admin/uploads/congresos/12/act/10/Cassany_D.pdf)

usados por los autores para presentar su opinión, defender su tesis y al final persuadir al lector, es decir, qué elementos cumplen la función de marcadores de la argumentación. Por tanto, los objetivos de esta tesis son los siguientes:

1. El primer objetivo consiste en analizar los recursos y exponentes propios de la argumentación que se ponen de manifiesto en las columnas de los columnistas de El País: CB y MT; y de los columnistas de ABC: AB e IC. Dado que la relación argumentativa se define a partir de las nociones de orientación argumentativa y fuerza argumentativa, primero nos vamos a ocupar de analizar los mecanismos que marcan la orientación argumentativa, la coorientación y la antiorientación, y, después, de analizar los mecanismos o exponentes que marcan fuerza argumentativa que es otro aspecto por el que se caracterizan los argumentos y que abarca los conceptos de intensificación y atenuación argumentativa.

2. En segundo lugar, analizaremos los recursos lingüísticos relacionados con el carácter dialógico de la argumentación. Con este objetivo, nos ocuparemos de los mecanismos relacionados con la figura del emisor y la del receptor. Por un lado, vamos a analizar cómo se manifiesta la visión personal de la figura del emisor, los columnistas en nuestro caso, las manifestaciones de polifonía en su discurso y el uso de las estructuras impersonales, que sirven para la desautorización y despersonalización del discurso. Por otro lado, nos ocuparemos de la figura del receptor y los mecanismos que utilizan los columnistas para hacer referencia a él en sus columnas.

3. En tercer lugar, nos ocuparemos de estudiar las manifestaciones de cortesía verbal al expresar diferentes puntos de vista, diferentes actitudes, acuerdos o desacuerdos con referencia a lo manifestado. Por tanto, intentaremos establecer cómo se manifiesta en las diferentes fuentes la relación entre la argumentación y la cortesía. Recordamos, por un lado, el que uno argumente es una forma de ser cortés ya que justifica lo que pretende concluir y conseguir y así se manifiesta colaborativo con el otro. Por otro lado, el uso de la cortesía pretende convencer al receptor de algo y por eso se puede considerar un medio de argumentación.



Desde nuestro punto de vista, como tendremos ocasión de poner en evidencia, aunque enfatiza más el aspecto psicológico y sociológico de la comunicación, la cortesía verbal está al servicio de la argumentación y es uno de los mecanismos de la argumentación y persuasión. El fin argumentativo de la cortesía es conseguir algo del otro y el fin de la descortesía puede ser conseguir de forma indirecta un objetivo o transmitir una posición de poder, convencer o provocar alguna reacción en el otro.

### **Las cuestiones esenciales**

Antes de entrar en el desarrollo de los diferentes capítulos queremos destacar de una manera sobresaliente que esta tesis va a tratar de responder a algunas preguntas como las siguientes diez cuestiones, que consideramos esenciales y definitorias.

1. ¿Los columnistas de *El País* y de *ABC* usan formas y procedimientos de manifestación de opinión, de argumentación y de cortesía diferentes de acuerdo con las supuestas diferencias ideológicas entre los dos medios donde publican, Maruja Torres (MT) y Carlos Boyero (CB), en *El País*, y Antonio Burgos (AB) e Ignacio Camacho (IC), en *ABC*?
2. Recíprocamente, ¿las diferencias ideológicas entre los medios, *El País* y *ABC*, se manifiestan en las formas de argumentar y estrategias de cortesía lingüística de las columnas de sus respectivos columnistas?
3. De otro modo, ¿las columnas de MT y CB, por un lado, y de AB e IC, por otro, usan formas de expresión distintas según las diferencias ideológicas coherentes con los medios donde publican?
4. Este estudio de las formas de opinión, de argumentación y de cortesía; de los exponentes lingüísticos de tales columnas de MT y CB o AB e IC, quiere establecer si:

- ¿Dependen de las diferencias ideológicas de cada pareja de columnistas?
- O bien ¿dependen de condiciones expresivas propias de cada autor?

5. Dicho de otro modo, desde otra perspectiva, el análisis de las columnas de los autores citados ha de responder a estas cuestiones:

- ¿Los columnistas de un medio, de *El País* o de *ABC*, coinciden en la elección de determinadas formas de expresión de la opinión, de la argumentación y de la cortesía?
- O, más bien, ¿la elección de determinadas formas de manifestación de la opinión, de la argumentación y de la cortesía, dependen estrictamente del autor? O sea, que autores de diferentes ideologías (MT e IC, MT y AB, CB e IC, CB y AB) coinciden, según lo que podríamos llamar las condiciones personales de estilo de cada autor, en el uso de determinadas formas o exponentes lingüísticos, de ciertas estrategias o configuraciones sintácticas o semánticas, en sus manifestaciones de opinión, de argumentación y de cortesía.

6. En definitiva, la pregunta esencial a la que quiere responder esta tesis es la siguiente:

- ¿Las formas o estrategias de opinión, de argumentación y de cortesía dependen de la ideología (que las condiciona), o dependen, más bien, del estilo personal de cada autor?

7. Porque, en todo caso, hemos de destacar que en esta tesis, en ningún momento nos vamos a referir al objeto, al sentido, o a la orientación de la opinión y de la argumentación de los columnistas, cuyo contraste ideológico damos por supuesto, y se deduce fácilmente de los perfiles curriculares de cada columnista y de los medios donde publican, que reseñaremos en su momento.

8. Porque el objeto de esta tesis no son las manifestaciones de las distintas orientaciones ideológicas que podrían ser objeto de otra tesis.

9. Como consideración final sobre la hipótesis de que las formas y estrategias de argumentación y cortesía de los columnistas pueden depender, más bien, del estilo personal de los autores y no de su ideología, podemos concluir este epígrafe con la ilustración colateral de tres destacados de la columna, que encabeza esta tesis, de Ramón González Férriz, “[Un viejo y honorable corsé](#)”, en *El País*, 30/08/2014.

1. Las nociones políticas de izquierda y derecha se han transformado enormemente en las últimas décadas, y hoy resulta fácil advertir las grandes diferencias que separan a los partidos socialistas y conservadores actuales de los de hace solo cincuenta años. Pero, al mismo tiempo, es asombroso ver cómo esas dos maneras de comprender la realidad son en esencia iguales a cuando se fundaron hace más de dos siglos a consecuencia de las tres grandes revoluciones que iniciaron nuestra era —la Revolución Industrial, la Revolución Americana y la Revolución Francesa— y siguen definiendo la política occidental.

2. Asuntos que hace no tanto considerábamos progresistas como el divorcio, los preservativos o el matrimonio homosexual tienen un apoyo absoluto o creciente entre los conservadores, y nociones tradicionalmente conservadoras como la de propiedad privada, la competencia en numerosos sectores de la economía o los esfuerzos por limitar la inflación parecen hoy también mayoritarias en la izquierda. (Un patrón habitual en las últimas décadas, como se ve, es que la derecha acabe aceptando ideas morales de la izquierda y que ésta asuma ideas económicas de la derecha; ambas suelen hacerlo a regañadientes, pero lo hacen).

3. Desde hace tiempo, se han producido numerosas llamadas a superar una distinción política tan vieja como la que separa a izquierda y derecha y a encontrar nuevas formas de ordenar las ideas políticas y la confrontación entre ellas. Sería algo deseable. Sin embargo, aunque muchos ciudadanos, medios y organizaciones se sientan incómodos con esta tajante división, lo cierto es que los discursos políticos, filosóficos e incluso literarios siguen siendo, para bien o para mal, expresiones de uno u otro campo, o al menos la sociedad siente que debe incluirlos en uno u otro para simplificarlos, comprenderlos y archivarlos. Quizá muchos sintamos que es urgente, pero lo cierto es que no hemos sabido encontrar aún la manera de superar la distinción entre izquierda y derecha que establecieron esos dos gigantes políticos que fueron Paine y Burke hace más de dos siglos. Lo cual habla muy bien de ellos y no tanto de nuestra capacidad para elaborar nuevos menús ideológicos que superen a los establecidos y resulten tan atractivos como estos.

10. ¿Será eso?, que las distintas formas o estrategias de argumentación y de cortesía lingüística en los textos de las columnas no dependen tanto de la distinción ideológica de sus autores, como podría suponerse, sino que se fundamentan, más bien, en el estilo personal de cada columnista. Que también en esto se “supera una distinción política tan vieja como la que separa a izquierda y derecha”.

### **Estructura del trabajo**

Con el fin de dar una idea general de la estructura de este trabajo, a continuación presentamos una descripción de su contenido: de las partes y de los sucesivos puntos que trataremos y el motivo de la ordenación de cada punto.

En la introducción intentaremos destacar la relevancia del tema, definir los objetivos de esta tesis y explicar la estructura del trabajo.

La primera parte (A) de la tesis, *Marco Teórico*, se centra en recordar los conceptos teóricos y definir el marco teórico que van a servir como punto de partida y fundamentos para el análisis que se pretende hacer. En este sentido, por un lado, partimos de la definición y de un recordatorio preciso de los conceptos tradicionales, clásicos, de retórica y argumentación y, por otro, tratamos de exponer las ideas principales que el periodismo de opinión ha tomado de la retórica, que fue la primera en ocuparse de reflexionar sobre los recursos que emplea el orador para persuadir a un auditorio por medio del lenguaje.

De este modo, el capítulo A.1 de esta primera parte, titulado *La retórica y la argumentación: diferentes perspectivas de estudio*, presenta la evolución en el tiempo del estudio de la argumentación, desde los enfoques lógicos hasta las teorías contemporáneas.

El capítulo A.2, titulado *Argumentación desde el punto de vista discursivo*, está dedicado a la caracterización lingüística del texto argumentativo. Describe y recuerda

las principales características del texto argumentativo, como secuencia discursiva, desde el punto de vista discursivo.

El capítulo A.3, titulado *Periodismo de opinión*, hace un breve resumen del periodismo de opinión y explica uno de sus subgéneros más destacados, la columna que es nuestro objeto de estudio. También, por el hecho de que todas las columnas de nuestro corpus están publicadas tanto en la versión impresa como en la versión digital de los periódicos, intentaremos ver cómo influye Internet en el periodismo y cuáles son las nuevas tendencias en el periodismo debidas a la aparición de Internet.

Al final de esta primera parte (A), en el capítulo A.4, *Bases para el estudio. Instrumentos y conceptos fundamentales del marco teórico*, se especifican los instrumentos y conceptos fundamentales del marco teórico que nos han servido para hacer establecer las bases del estudio. Vamos a recordarnos de los conceptos claves de *La Teoría de la Argumentación en la Lengua* de Ancombre y Ducrot y de la idea fundamental de Pragmalingüística.

La segunda parte (B) de esta tesis está dedicada a explicar la configuración del corpus, fuente de los datos de estudio, y la metodología aplicada para analizar los datos. En el capítulo B.1 de esta parte, *Tipos de datos y selección del corpus*, nos ocuparemos de presentar las características principales del corpus y el proceso de selección del corpus. Y en el capítulo B.2, *Tratamiento de los datos y metodología*, se explican las herramientas teóricas generales que nos han servido como base para definir la metodología aplicada para tratar los datos del corpus.

La tercera parte de la tesis (C), *Análisis de los datos y resultados*, es la parte central, dedicada a comentar el proceso y los resultados del análisis de los datos consta de tres capítulos. En el capítulo C.1, *Mecanismos lingüísticos y pragmáticos de las estrategias argumentativas. Marcadores de la argumentación*, partiendo del marco teórico que se presenta en el capítulo A.4 de la primera parte de la tesis, se analizan los marcadores propios de la argumentación, primero, la orientación y, en segundo lugar, la fuerza argumentativa. En el capítulo C.2 de esta parte, *Argumentación y los interlocutores*, se estudian los mecanismos relacionados con la figura del emisor y del

receptor. Y, en el capítulo C.3, *Argumentación y cortesía verbal*, se establecen las manifestaciones de la cortesía verbal relacionadas con el proceso argumentativo.

La cuarta parte de la tesis (D), *Conclusión*, ofrece un resumen de los aspectos más relevantes de esta tesis. Primero se recuerdan los objetivos principales y las cuestiones esenciales, después los conceptos teóricos claves para el análisis, la configuración del corpus y la metodología aplicada en el análisis de los datos. El capítulo D.2, *Interpretación y evaluación de las observaciones*, está dedicado a interpretar desde el punto de vista cualitativo los resultados del análisis que se ha hecho y, a partir de allí, en el capítulo D.3, *Posibles líneas futuras de investigación*, se apuntan cuáles son las posibles líneas futuras de la investigación que surgen a partir de la interpretación de los datos. Al final en el capítulo D.4, *Conclusiones finales*, se exponen las conclusiones finales a las que hemos llegado, señalando los resultados del análisis comparativo de todos los aspectos que hemos abarcado en este trabajo sobre los mecanismos lingüísticos y pragmáticos de argumentación en las columnas estudiadas. ¿Se hacen diferencias de contraste entre las manifestaciones de la opinión, argumentación y cortesía de los columnistas de *El País*, por un lado, y los de *ABC*, por otro, y, en particular, apuntar dónde y cómo se diferencian?

La bibliografía consultada y utilizada y los textos analizados para este estudio se facilitan, en un apéndice, se facilitan al final de este trabajo después del capítulo de las conclusiones.

La compilación de las columnas de cada autor y el análisis completo de cada texto se pueden consultar en los [Anexos](#)<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).







## **A. MARCO TEÓRICO**



## 1. LA RETÓRICA Y LA ARGUMENTACIÓN

### 1.1. La retórica clásica

A lo largo de la historia más reciente, numerosos estudios se han interesado por desentrañar los mecanismos de la comunicación humana. Ya en las culturas antiguas, griega y romana, los filósofos eran conscientes de la importancia de los discursos persuasivos y de las influencias de los oradores en el auditorio. La retórica fue la primera en ocuparse de reflexionar sobre aquellos recursos que empleaba el orador para persuadir a un auditorio. Obviamente, parte de la retórica se encuentra en muchas ciencias y disciplinas modernas, o viceversa, todas estas ciencias tienen dentro de sí una buena parte de retórica (Santiago Guervós, 2005: 177).

Previamente existían otras disciplinas, como la oratoria o la dialéctica, pero puede decirse que es la retórica el primer intento sistemático de articulación del discurso. Desde sus orígenes, tanto en las culturas antiguas griega y romana, representaba el arte de hablar de forma persuasiva en público.

La retórica surgió del interés por plasmar y transmitir ideas y representaciones de la realidad a través de diferentes artes y técnicas y su gran preocupación fue cómo conseguir despertar el interés en el público. La retórica es el arte de la comunicación a través del lenguaje, cuya principal función es la de influir sobre nuestro interlocutor. Es arte o técnica de formular las ideas y opiniones mediante el discurso lingüístico dirigido a un auditorio o público plural (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 17). Pero no es solo arte, sino una ciencia también.

La retórica es a la vez una arte y una ciencia. Como arte o técnica consiste en la sistematización y explicitación del conjunto de instrucciones o reglas que permiten la construcción de una clase de discursos que son codificados para influir persuasivamente en el receptor. Como ciencia, la retórica se ocupa del estudio de dichos discursos en sus diferentes niveles internos y externos, en sus aspectos constructivos y en sus aspectos referenciales y comunicativos (Albadalejo, 1991: 11).

La retórica nació en el mundo antiguo con el fin de sistematizar la actividad comunicativa que se realizaba con los discursos orientados a producir en el destinatario un efecto persuasivo. La retórica como disciplina autónoma nace en torno a una reflexión sobre el lenguaje. La palabra es, entre los griegos, un arma cuyo objetivo es influir sobre el pueblo, ante los tribunales, en el parlamento. "Es el discurso como poder, influyente o persuasivo, cuya técnica o metodología se llama retórica" (Herrero, 1996: 17). Representaba, en las culturas antiguas -griega y romana-, el arte de hablar en público de forma persuasiva. Se refería al uso de la lengua hablada, del discurso, delante de una muchedumbre reunida en la plaza pública, con el fin de obtener su adhesión a las tesis que se le proponían. El objetivo del arte oratoria, por tanto, era, y lo es hoy en día, la adhesión de los oyentes. Por eso es importante destacar la clave de contexto público en el que se produce.

Este trabajo no pretende ofrecer una visión exhaustiva a la Retórica, sino un breve resumen de su evolución histórica para entender mejor los orígenes de la argumentación.<sup>4</sup>

Históricamente, fue en el siglo V a. de C. cuando se puede decir que nace la retórica gracias a Córax, quien en la ciudad siciliana de Siracusa llevó a cabo una sistematización de la argumentación para la actuación comunicativa de índole persuasiva, según unos ante los tribunales y según otros ante la asamblea política (Albadalejo, 1991: 24). Este incipiente sistema fue llevado a la Grecia metropolitana por Tisias, discípulo de Córax.

En sus principios, la retórica griega se encuentra unida a los sofistas al ser considerada esta disciplina, desde un punto de vista filosófico y moral, como una técnica al servicio de la obtención de un fin determinado, con independencia de la verdad (Albadalejo, 1991: 24). Protágoras y Gorgias, sofistas, pretenden llegar a una verdad absoluta en la que no creen. Su punto de partida es la opinión (*dóxa*) y no la ciencia (*episteme*). Para ellos, la verdad concreta presenta siempre dos caras, es decir,

---

<sup>4</sup> Para una revisión más pormenorizada de las principales líneas de la Retórica clásica, consulte, entre otros, las obras de Albadalejo (1991), Barthes (1982), Berrio (1983), García Berrio (1984), González Bedoya (1988), Hernández Guerrero (1994), Worthington (1993).

las cosas pueden ser a la vez buenas y malas (relativismo cultural) (Albadalejo, 1990: 26). Como arte de persuasión ciega, como coacción lingüística, la fuerza de la palabra induce a realizar acciones que no se desea realizar. Concebida así la retórica sería el instrumento para toda posible manipulación. No obstante, la contribución fundamental de los sofistas en la evolución de la Retórica es la consideración del auditorio para la eficacia comunicativa del discurso. Ellos fueron los primeros en elaborar teorías sobre el uso de la palabra y su influencia partiendo del auditorio como el eje central y la condición imprescindible para la adaptación del discurso. Otro aspecto importante que aportaron los sofistas es la creación del discurso epidíptico, la invención de la prosa poética ya que, hasta ese momento, las figuras de estilo se aplicaban solamente en la poesía.

Contra los sofistas se ejercitaron tanto Sócrates como Platón. De Sócrates no queda testimonio escrito, sin embargo, Platón, a través de Sócrates descubre el peligro de la retórica, consistente en dificultar el acceso a la verdad absoluta. Para Platón, la ciencia (*episteme*) es más importante que la opinión (*dóxa*), y la retórica no es ni una ciencia, ni un arte ni una técnica. Él condena la retórica como arte de la ilusión y por pertenecer al mundo de la mentira.

Fue en el siglo VI a. de C. cuando esta disciplina queda plenamente entronizada con la *Retórica* de Aristóteles, en el sistema de pensamiento de la Antigüedad clásica. Esta obra de Aristóteles es fundamental para la consolidación histórica de la retórica. Él puso las bases y las líneas maestras para la construcción de una explicación completa del fenómeno retórico, esto es, de todos los elementos que lo componen y de las relaciones que existen entre éstos. El sistema filosófico que construyó Aristóteles ha tenido una influencia decisiva en el pensamiento occidental posterior de modo que todos los estudios posteriores han ido competando los aspectos concretos del sistema (Albadalejo, 1991: 25).

Según Aristóteles, la Retórica es una disciplina argumentativa:

Entendemos por la retórica la facultad de conocer en cada caso aquello que puede perusadir. Éste no es el objeto de ningún arte; pes cada uno de los demás enseña y persuade respecto de sus propias materias como la medicina que trata de lo que sirve y de lo que daña a la salud...

Pero la retórica, por así decirlo, parece que puede conocer, respecto de un asunto propuesto, aquello que es apto para persuadir (Retórica, Libro I, 1355b).

La finalidad de la retórica es persuadir por medio del lenguaje, para lo cual se han de construir discursos que pueden cumplir ese objetivo. Con el discurso retórico se trata, pues, de ejercer influencia en un sentido determinado en el receptor. Aristóteles distingue dos ámbitos. Por un lado, la ciencia en la que las demostraciones deben basarse en la certeza y en la verdad y que busca convencer a un auditorio universal con los mismos razonamientos; y por el otro, el discurso persuasivo que argumenta sobre lo probable o lo verosímil y que busca pruebas para persuadir a determinados tipos de auditorio sin ninguna pretensión sobre el conocimiento público universal. Por tanto, la retórica es, en el proyecto aristotélico una técnica para persuadir mediante pruebas, su ámbito es verosímil y abarca el terreno social y discutible que no tiene respuestas absolutas y únicas a los problemas planteados.

La *Retórica* de Aristóteles está dividida en tres libros: el primero se ocupa de los conocimientos y de las técnicas del orador; el segundo trata de los sentimientos y las pasiones del oyente; y el tercero trata de elaboración y de las propiedades del discurso. En los primeros dos libros, Aristóteles explica los procedimientos mediante los cuales se pueden conseguir argumentos. Primero establece la diferencia entre la Dialéctica y la Retórica de modo que la Dialéctica se dirige directamente a la razón y estudia los argumentos en sí mismos si se considera de forma aislada; mientras que la Retórica trata de los argumentos en relación con el *ethos* del orador y con el *pathos* del auditorio, es decir, se orienta a la razón en cuanto padece la influencia de las pasiones.

En su segundo libro de la Retórica, Aristóteles desarrolla las nociones de *ethos* - el carácter del orador- y *pathos* -el conjunto de pasiones del público-. Para él, el público es el factor fundamental que determina la estructura del discurso y, por tanto, el orador tiene que conocer todas las pasiones para adaptarse mejor al auditorio y persuadirlo con mayor de una forma más eficaz.

En el tercer libro de la Retórica, Aristóteles se ocupa de la elocución (elocutio), de las diferentes formas de la expresión lingüística y de las cualidades estilísticas: la claridad, la propiedad, la naturalidad y la corrección. Según él, el estilo tiene es

imprscindible para que el discurso esté apropiado a su función persuasiva (*Retórica*, Libro III, 1403b17). Para el discurso retórico no es suficiente la corrección lingüística, aunque es un requisito indispensable. Es necesaria la adecuada construcción en sus diferentes niveles y la apropiada emisión, de tal manera que como construcción textual que es comunicada responda a las exigencias que la finalidad persuasiva impone al orador en punto a su relación con el destinatario (Albadalejo, 1991: 12). Por tanto, a cada género, le corresponde un estilo diferente: "No es lo mismo el estilo de la prosa escrita que el de debate, ni el de hablar ante el pueblo que el forense" (*Retórica*, Libro III, 1413a-1414a). Precisamente en este aspecto la Retórica confluye con la Poética. En la última parte de la *Retórica*, Aristóteles se ocupa de la organización del discurso y la distribución de las partes.

De la Grecia Antigua, la Retórica fue llevada al mundo romano en el siglo II a.C. *La Rhetrica ad Herennium*, obra anónima de 90 a.C. atribuida a Cicerón, es la obra retórica más antigua en escrita en latín y conservada. Este tratado supone la introducción de la retórica griega en el mundo romano y el punto de partida para su posterior evolución.

En sus obras *De Inventione*, *De Oratore*, *Orator*, Cicerón se ocupa de la formación del orador y de los elementos del discurso, y en *Topica* de los puntos temáticos de la argumentación retórica. Según él, la función principal del orador es decir apropiadamente para persuadir.

Cicerón parte de la clasificación aristotélica de tres géneros, pero a diferencia de Aristóteles, los determina según los tipos de oradores: grandilocuo, tenue o templado (*El orador perfecto*: 6). También, divide la retórica en cinco partes: invención, disposición, elocución, pronunciación, memorización (*ibid.*: 54). En cuanto a los objetivos que se persiguen con los discursos, defiende que: "es, en efecto, orador óptimo quien en su hablar enseña, deleita y conmueve al ánimo del auditorio. Enseñar es deuda, deleitar honorífico regalo, conmover algo necesario" (*De optimo genere dicens*, 1, 3). Es decir, según la interpretación de Albadalejo el *persuadere* como finalidad está articulada en tres componentes que atañen al receptor (1990:50):

docere - influir intelectualmente en el receptor, delectare - pretende hacer atractivo el discurso para el receptor y servir al componente docere y movere - influencia psíquica la que moviliza al receptor con el fin de que acepte situarse a favor de la parte defendida por el orador; el componente movere tiene como objetivo el pathos, el afecto del público.

En el siglo I a.C. Quintiliano en su obra *Institutio Oratoria*, compuesta por doce libros, hace un intento de sistematizar la Retórica y según Spang (2005: 28) supone la culminación de la Retórica clásica. Según Quintiliano, la Retórica es el arte de hablar bien (*ars bene dicens*) y de escribir bien (*recte loquendi scientia*).

Además Quintiliano se dedica a analizar las operaciones que el orador debe realizar con el fin de que su discurso sea eficaz:

Pues aunque hablar bien es la tarea del orador, la ciencia del hablar bien es la retórica [...], propio del orador es hallar argumentos y disponerlos, propias de la retórica son la invención y la disposición [...]. Para hallar los argumentos es necesaria la invención, para las palabras la elocución; en ambos hay que considerar la colocación; a ambos los abarca y retiene la memoria, y los realza la propunciación" (*Institutio Oratoria* III, 3, 12 y VIII).

Otras aportaciones importantes para el sistema retórico se deben también a la Retórica medieval. Durante esta época, la Retórica fue concebida como una de los componentes de *Trivium*, junto con la Gramática y la Lógica. La importancia de los elementos del estilo como medio de embellecer el componente verbal hacen el *ornatus* se convierta en el eje central y que la Retórica se acerque a la Poética; y por consiguiente que se aleje de su planteamiento dialéctico inicial.

En el renacimiento, la Retórica, la Poética, la Historia y la Filosofía fueron el objeto de los estudios humanísticos. No obstante, la relación entre todas esas disciplinas fue marcada por un equilibrio inestable entre todas esas disciplinas que permitía la prevalencia de una u otra disciplina. Fue a finales del siglo XIX cuando se empiezan a sentar bases para la rehabilitación de la Retórica y en el siglo XX renace la conciencia retórica aproximada a la concepción griega lo que comprueba que "la retórica clásica se reconoce como una de las primeras teorías que se plantearon el estudio del texto y de la relación entre el hablante/orador y su audiencia" (Calsamiglia y Tusón, 2008: 12).

Además, como afirma Albadajelo (1991: 115-116):



El planteamiento teórico retórico dispone de una organización que está perfectamente articulada de acuerdo con el armazón de la Semiótica general y lingüística en tanto en cuanto incluye las relaciones de índole sintáctica, que atañen al texto y las relaciones que en él se dan; las relaciones de carácter semántico, que conectan el texto y el referente por él representado; y las de carácter pragmático, que se dan entre el texto, el productor, el receptor y el contexto. De este modo la semiótica está implicada en sus tres partes, la sintaxis, la semántica y la pragmática, en la estructura textual-comunicativa global que ofrece la Retórica.

Por consiguiente, a partir de retórica se han desarrollado las propuestas actuales sobre los géneros, sobre las fases de la composición textual y sus posibles combinaciones, sobre la retórica de la elocución y sobre la argumentación en sus aspectos dialógicas y estratégicos que vamos a ver a continuación.

## **1.2. La argumentación**

El interés por la argumentación tiene orígenes en los antiguos escritos griegos sobre lógica, dialéctica y retórica y por eso en la base de toda argumentación se encuentran algunos principios de estas antiguas disciplinas. Una de las principales motivaciones para el estudio fue un interés para mejorar el discurso o para modificar los efectos de ese discurso sobre la sociedad (Van Eemeren y otros, 2000: 308). Al igual que en tiempos de Aristóteles y de Cicerón, la retórica y la argumentación son todavía temas de gran interés para filósofos, retóricos, antropólogos, psicólogos, sociólogos y lingüistas.

La argumentación como una actividad lingüística o un fenómeno discursivo complejo para persuadir a un receptor o un auditorio sobre unas ideas o tesis ha sido estudiada detalladamente y existen diferentes teorías, definiciones y denominaciones terminológicas, pero todas tienen en común la delimitación del objetivo principal de tal acto verbal: "Argumentar consiste en aportar razones para defender una opinión. Argumentar es convencer a un receptor para que piense de una determinada forma" (Álvarez 1994: 25).

El escritor o el orador tienen como objetivo principal persuadir a un público, formado por un interlocutor, un lector o un grupo de personas, de que comparta su

opinión, ofreciendo una información lo más completa posible y defendiendo su opinión por medio de una serie de recursos y estrategias argumentativas, unos argumentos elegidos en función de los interlocutores y en consecuencia marcados culturalmente. La argumentación “se orienta hacia el *hacer creer* o *hacer hacer*” (Calsamiglia y Tusón 2008: 294). Es “una manera razonable de llevar la diferencia de opinión a su conclusión” (Van Eemeren y otros, 2006: 17).

La argumentación es una actividad verbal, social y racional que apunta a convencer a un crítico razonable de la aceptabilidad de un punto de vista adelantando una constelación de una o más proposiciones para justificar este punto (Van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans, 2006: 17).

Es verbal porque se puede manifestar en forma oral o escrita; social porque implica interacción, de uno que se dirige hacia los otros; racional porque "se orienta a defender un punto de vista de modo que se vuelva aceptable a un crítico que toma una actitud razonable" (Van Eemeren y otros, 2006:17).

María Josep Cuenca (1995: 25) destaca dos características fundamentales: la estructura retórica y lógica que supone confrontación de argumentos y contraargumentos para llegar a una conclusión y el carácter dialógico que supone la relación dialéctica entre un emisor y un receptor.

Aunque las técnicas del discurso público han evolucionado y difieren de la argumentación actual, lo que se conserva de la retórica tradicional es el concepto fundamental del auditorio, porque todo discurso va dirigido a un auditorio y con cada discurso, sea oral o escrito, ocurre lo mismo. La figura del receptor es fundamental para entender la argumentación. Las técnicas de argumentación son los medios discursivos que sirven para obtener la adhesión del auditorio, las técnicas que se sirven del lenguaje para persuadir y para convencer. Dado que el receptor ideal de la argumentación tiene que ser explícito y preferiblemente presente y activo, la argumentación prototípica es la oral, el debate o la discusión. Sin embargo, la argumentación escrita, que desde esta concepción sería en segundo estadio con respecto a la oral, permite estudiar los mecanismos lingüísticos que se deben activar para incorporar la figura del receptor en el discurso escrito (Cuenca, 1995: 27).

Además, es más difícil producir una argumentación escrita dado que hay que anticipar la posición del destinatario, justificar y apoyar el punto de vista con varios argumentos, rechazar los posibles argumentos contrarios, planificar la sucesión de los argumentos y su articulación, coordinar los distintos puntos de vista y negociar una posición aceptable para todos (Dolz, 1993: 69).

Lo más indispensable para la argumentación es la existencia de un lenguaje común, de una técnica que permita la comunicación, puesto que la elección de los modelos la determina la oportunidad y las reglas gramaticales y textuales que cada lengua impone. Según Jakobson (1960), la lengua como conjunto de posibilidades lingüísticas existentes y previsible, asume una función instrumental. “El lenguaje no es solo un medio de comunicación, también es un instrumento para influir en los hombres, un medio de persuasión” (Pelerman y Olbrechts-Tyteca 1989: 216).

Lo fundamental en una argumentación es su carácter polémico y dialógico, contraposición de dos o más posturas, verdades o creencias aceptadas, defendidas por una persona. Aparece en muchas actividades de la vida social pública y privada, tanto en los contextos formales, textos científicos, discursos periodísticos, discursos políticos, textos jurídicos, etc. como en cualquier conversación cotidiana, familiar e informal. Tales debates argumentativos son el eje de la vida social.

El discurso argumentativo supone que el hablante o el escritor se comprometen en una discusión con aquellos con cuyo punto de vista no está de acuerdo. “Una opinión que no se apoye en argumentos no es una argumentación” (Lo Cascio 1998:41). La diferencia de opinión se manifiesta cuando el punto de vista de una parte se encuentra con la duda de la otra, cuando dos partes no están de acuerdo totalmente con un punto de vista. La otra parte puede adoptar un punto de vista opuesto, pero no necesariamente, porque es suficiente que en respuesta al punto de vista de una parte la otra manifieste sus dudas o simplemente no esté segura.

Para resolver las diferencias de opinión se necesita debatir el tema y alcanzar algún tipo de acuerdo empleando la argumentación como medio para lograr una resolución de la diferencia. Tal discusión se denomina la *discusión argumentativa* (Van

Eemeren y otros, 2006:23) y está destinada a alcanzar un acuerdo razonable. Una de las preguntas centrales es "cómo puntos de vista contrarios llegan a reconciliarse mediante el uso del lenguaje y cómo puede hacerse, por medio de la propia retórica, para que los auditorios concretos se aproximen más a la postura de una audiencia idealmente racional" (Van Eemeren y otros, 2000: 314). Sin embargo, en la práctica, la argumentación a veces puede carecer de lo razonable.

Una discusión argumentativa puede ser explícita, cuando en realidad existen dos partes opuestas, o implícita, donde se anticipa la duda y se ofrecen unos argumentos previos a la posible posición contraria. Siempre existe un antagonista, real o figurado, alguien que sostiene una opinión contraria a la del emisor. En el caso del periodismo, el antagonista es una audiencia escéptica proyectada o imaginada que requiere pruebas para ser convencida de la aseveración (Van Eemeren y otros, 2000: 305).

Por lo tanto, son dos características fundamentales que motivan y explican el funcionamiento de los mecanismos lingüísticos y discursivos de la argumentación: "la estructura silogística (premisas-conclusión) y antitética (tesis-antítesis), por una parte, y el dialogismo (la confrontación entre un emisor actual y un receptor concreto o no, presente o representado textualmente" (Cuenca, 1995: 27).

Debido a que en este trabajo se hará un análisis de un tipo de discurso persuasivo es necesario presentar algunas teorías de la argumentación. En esta parte del trabajo nos dedicaremos a presentar las diferentes teorías de la argumentación que tienen su origen en la retórica clásica con el objetivo de investigar la evolución del estudio de la argumentación. Empezaremos por Aristóteles, Cicerón y Quintiliano y luego nos centraremos a presentar sus desarrollos actuales que se deben a los autores contemporáneos, cuyas teorías son agrupadas bajo la denominación *Nueva Retórica*. Estos autores han adaptado los postulados básicos de la antigua retórica a nuevos estudios y nuevas tendencias de la argumentación.

Somos conscientes de que por razones de espacio limitado resulta imposible hacer una revisión completa de los modelos argumentativos que se han desarrollado

hasta hoy. Por eso vamos a limitar nuestro estudio solo a esas teorías y modelos que nos permitan comprender y analizar mejor nuestros textos del corpus.

La argumentación se ha estudiado a lo largo del tiempo desde distintos puntos de vista. Desde el punto de vista de la lógica, la argumentación es un tipo de razonamiento. La retórica la considera como un conjunto de técnicas persuasivas que organizan el discurso persuasivo. Van Eemeren y Grootendorst (1984: 18) toman una visión pragmatialéctica. Para ellos argumentar es un acto de habla complejo que se realiza al defender una o varias proposiciones (premisas y argumentos) para apoyar o rechazar una o varias proposiciones diferentes (conclusiones). Desde el punto de vista de la psicología, la argumentación se basa en el intento de modificar la actitud del interlocutor (O'Keefe, 2002).

Además, desde una perspectiva más actual, la argumentación también puede considerarse como un tipo de discurso o texto (Adam, 1992). Nosotros intentaremos sintetizar el estudio de la argumentación como tipo de discurso y como característica de algunos elementos independientes del tipo de texto dado que creemos y estamos de acuerdo con María Josep Cuenca (1995: 37) cuando dice que “argumentividad y texto argumentativo no se oponen, [...], sino que son, de alguna manera, dos caras de la misma moneda”.

Teniendo en cuenta estas perspectivas en los apartados siguientes expondremos un resumen de las perspectivas que son relevantes para nuestro estudio y trataremos de abordar la argumentación desde el punto de vista discursivo.

### **1.2.1. Perspectiva lógico-retórica**

La tradición del estudio de la argumentación tiene una larga historia que tiene sus orígenes en los antiguos estudios sobre lógica (prueba), retórica (persuasión) y dialéctica (interrogación). "La argumentación utiliza el lenguaje para justificar o refutar un punto de vista con el propósito de asegurar un acuerdo en las ideas" (Van Eemeren y otros, 2000: 305). O'Keefe (2002) dice que el objeto del estudio de la argumentación

pueden ser las interacciones en las que dos o más personas intervienen, es decir, realizan argumentaciones como discusiones, o textos en los que una persona, autor, expone un razonamiento. Independiente del tipo de objeto de estudio cada enfoque teórico de la argumentación debería incluir tanto el proceso de argumentación como los argumentos producidos en ese proceso (Van Eemeren y otros, 2000: 305).

Escandell (2006: 94) señala que la argumentación desde el punto de vista de la retórica se entiende como un conjunto de estrategias que organizan el discurso persuasivo y desde un punto de vista de la lógica, la argumentación es un tipo de razonamiento válido o no.

Los escritos de Aristóteles son, como ya lo hemos mencionado, base de toda la retórica posterior. Aristóteles concibe la retórica dentro de un marco estrictamente filosófico y relacionado con la lógica y la dialéctica. Además, él es el primer autor que expone una concepción sistemática de la argumentación. Dado que la función de la argumentación es convencer a otros a cerca de lo que uno dice, Aristóteles dice que "un discurso que no es persuasivo, no tiene razón de ser" lo que afirma que argumentación está en todos los aspectos de la comunicación. Él trataba la argumentación como un medio para exponer el error en los pensamientos y moldear el discurso según un ideal racional (Van Eemeren y otros, 2000: 308).

La silogística de Aristóteles fue la primera forma de lógica postulada. Cada razonamiento para que sea válido tiene que tener la forma de un silogismo. Según su lógica, en vez de hacer un análisis de los puntos fuertes o débiles de los argumentos, identificaba las formas de los argumentos que podrían llevar las aserciones aceptadas como verdaderas a otras aserciones cuya veracidad todavía debía determinarse. En este sistema cualquier contenido podía sustituirse por cualquier otro contenido con el mismo resultado así que estas formas tenían aplicación universal. Para que un razonamiento sea válido, según Aristóteles, ese razonamiento tiene que tener la forma de un silogismo que está construido por una premisa mayor, otra menor y una conclusión. Si la conclusión se infiere de las premisas entonces tenemos un razonamiento válido.

*Todo A es B: Las niñas tienen el pelo largo.*

*C es A: Elena es una niña.*

*Luego C es B: Elena tiene el pelo largo.*

En este tipo de argumentos llamados silogismos categóricos las primeras dos oraciones, las premisas, hacen referencia a tres categorías y cada una establece una relación entre dos de las tres categorías. La tercera oración es la conclusión y formula una relación entre las dos categorías no relacionadas en las premisas. La forma de un argumento es válida si garantiza que la conclusión será verdadera siempre que las premisas lo sean. Al contrario, si la conclusión puede ser falsa aunque las premisas sean verdaderas, la formano es válida.

Desde la lógica de Aristóteles, el estudio de la argumentación ha seguido la tradición del análisis de la forma de la inferencia argumentativa independientemente de su contenido.

Aunque la retórica y la dialéctica son disciplinas paralelas, la primera trata de persuadir mientras la segunda expone. Por eso la dialéctica se interesa en la controversia con un solo interlocutor y la retórica se ocupa de las técnicas de persuasión dirigidas a un público numeroso. La retórica clásica se relaciona con la persuasión efectiva: con principios que conducen al asentimiento o al consenso (Van Eemeren y otros 2000: 311). En la retórica de Aristóteles, el énfasis se ponía en la producción de argumentaciones efectivas para un auditorio cuando la cuestión no se prestaba a una demostración cierta.

La herramienta de la argumentación persuasiva es el entimema que es el razonamiento deductivo de la retórica y se corresponde con el silogismo en el campo de la dialéctica. Mientras que el silogismo era la forma más prominente de la demostración lógica, el entimema era su contrapartida retórica. La diferencia fundamental entre los dos es que al entimema le falta una premisa. El entimema no pretende demostrar sino argumentar para convencer al auditorio, se funda en la verosimilitud (Berrio, 1983: 27). Es un argumento desarrollado a partir de lo probable, en lo que el público piensa o cree y en lo que es fácilmente admisible (Abril Vargas, 1999: 89). Por lo general, solo se

expresan parcialmente, y su lógica es complementada por el auditorio (Van Eemeren y otros, 2000: 311).

De esta manera, se entiende que en todo conjunto de razonamientos se pueden encontrar dos vías para persuadir eficazmente. Una por el camino de la lógica, utilizando argumentos o pruebas lógicas o pseudológicas, que aspira a convencer y la otra, por el camino de la retórica, aspira a persuadir en actitud más psicológica. En la Retórica de Aristóteles se afirma que un hablante puede persuadir a una audiencia de que acepte una tesis apelando al *ethos* (la personalidad del que habla o escribe, sus conocimientos), al *pathos* (las técnicas que impulsan al oyente o lector a adoptar una determinada posición, emocionando la audiencia) o al *logos* (lo que muestra el propio discurso, los buenos argumentos que apoyan la tesis defendida).<sup>5</sup> La persuasión puede ser eficaz basándose en los cinco cánones romanos de la retórica desarrollados por Cicerón en su *De inventione*.<sup>6</sup>

El concepto aristotélico de dialéctica es mejor comprendido como el arte de interrogación por medio de la discusión crítica. La dialéctica es una forma de someter las ideas a una prueba crítica al intentar exponer y eliminar las contradicciones de una posición: un protagonista formula una afirmación y luego provee respuestas a un interrogador escéptico (un antagonista).

---

<sup>5</sup> Es muy evidente la similitud de esta clasificación de las propiedades del discurso propuesta por Aristóteles con la clasificación de las seis funciones del lenguaje elaborados por Roman Jakobson (1960). Las tres primeras enumeradas por Jakobson, *la función expresiva* que reside en la personalidad del emisor, *la función apelativa* que busca los resortes emotivos del receptor y *la función referencial* cuyo interés viene dado por el propio discurso, de aquello de lo que se habla están definidas en los *Libros I y II* de la *Retórica* de Aristóteles. *La función fática*, *la metalingüística* y *la poética* corresponden al *Libro III*.

<sup>6</sup> El discurso (*opus*), cuya construcción artística guía la retórica, constaba de un tema (*res*) y de su expresión (*verba*). Cicerón distingue cinco partes de discurso que se siguen aplicando en la estructuración de todo discurso: a) la *inventio* (invención), es decir, la selección de los argumentos más adecuados para apoyar o rebatir una tesis, en la que se incluyen, el exordio, la narración, la argumentación y la peroración (conclusión o epílogo); b) la *dispositio* (disposición), u ordenación de los argumentos e ideas proporcionados por la *inventio*; c) la *elocutio* (elocución), donde se realiza materialmente lo planeado en la *inventio* y en la *dispositio* y en la que se inscriben los tropos y figuras de dicción (metáfora, metonimia, analogía, sinécdoque, etc) y las llamadas figuras de sentencia (etiología, sentencia, reticencia, alegoría, ironía, énfasis, etc.); d) la *memoria*, o retención de las tres fases previas a la elaboración del discurso y e) la *pronuntiatio* (pronunciación), que afectaba tanto a la fonética como a la entonación y a los gestos del orador (Cicerón, *La invención retórica*, Madrid, Gredos, 1997).



A pesar de los esfuerzos de Aristóteles de definir los deberes de los papeles del interrogador y del interrogado, y las clases de preguntas y respuestas permitidas, la concepción dialéctica de la argumentación ha sido ignorada hasta recientemente. El redescubrimiento reciente de las concepciones dialécticas de los argumentos marca un cambio decisivo en el enfoque de la teoría y la investigación de la argumentación.

Durante la Edad Media y el Renacimiento la retórica se adopta como un sistema cerrado y se siguió cultivando la retórica aristotelina gracias al esfuerzo de Quintiliano<sup>7</sup>. A partir del barroco cuando se impone el *ingenium* y con la llegada de la Edad Moderna, la retórica fue marginada y entra en un largo periodo de decadencia. La retórica adquirió un tono despectivo a consecuencia de un excesivo formalismo y normativismo y de haber perdido su contenido ético y filosófico (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 25). Dado que una ciencia racional no reconoce opiniones verosímiles y la ciencia optó por la lógica formal y demostrativa, el estudio de retórica se redujo al estudio de técnicas estilísticas (metáfora, metonimia, hipérbole, etc.).

De esta situación no se sale hasta el siglo XX ante la progresiva desconfianza por la lógica formal y silogística tradicional puesto que, a pesar de que estas formas tienen un base intuitiva en el razonamiento diario, las personas raras veces presentan sus argumentos en forma de silogismos completos (Van Eemeren y otros, 2000: 309). El redescubrimiento reciente de las concepciones dialécticas de los argumentos marca un cambio decisivo en el enfoque de la teoría y la investigación de la argumentación. El punto clave en el estudio contemporáneo de la argumentación fueron *Traité de L' Argumentación. La Nouvelle Rhétorique*<sup>8</sup> de Chaim Perelman y Lycie Olbrecht-Tyteca y *The Uses of Argument* de Stephen Edelson Toulmin.

---

<sup>7</sup> Quintiliano es contemporáneo de Cicerón y el principal mérito de los romanos fue recoger, sistematizar y dar a conocer las aportaciones griegas. La obra de Quintiliano es una inmensa recopilación de todo el saber de la época y se recoge en los doce libros de su *Institutio Oratoria*.

<sup>8</sup> Título original. Las referencias que hacemos al libro de Perelman y Olbrecht-Tyteca a partir de ahora remitirán a la versión traducida al español por Julia Sevilla Muñoz, publicada por la editorial Gredos en 1989.

### 1.2.2. El modelo de argumentación de Toulmin

Toulmin dedicó su trabajo al análisis de razonamiento moral. En sus escritos busca el desarrollo de argumentos prácticos, que pueden ser usados de una manera eficaz al evaluar la ética de los asuntos morales. Sus trabajos han encontrado su mayor aplicación en el campo de la retórica y en el estudio de la argumentación. Su modelo de argumentación, un diagrama compuesto de seis componentes interrelacionados utilizados para analizar argumentos, ha sido el trabajo de mayor influencia en los estudios de la retórica y de la comunicación.

A lo largo de sus obras Toulmin muestra que el absolutismo tiene límites en el sentido práctico. El absolutismo se deriva de la idea de lógica formal de Platón y defiende la verdad universal. Por consiguiente, los absolutistas creen que los asuntos morales pueden resolverse adquiriendo un conjunto estándar de los principios morales independientes del contexto. Por el contrario, Toulmin considera que muchos de estos principios estándares no son pertinentes para las situaciones reales en las que los seres humanos se encuentran en sus vidas cotidianas.

En su libro *The Uses of Argument* (1958) Toulmin rechaza el modelo de la lógica formal para analizar la validez de la argumentación a partir de normas universales y abstractas. Para reforzar su afirmación, Toulmin introdujo el concepto de campo de argumentos, *argument field*. Según él, los criterios para juzgar la validez y la adecuación de los argumentos son específicos de cada campo de argumentación, es decir, algunos aspectos de los argumentos varían de un campo a otro (Toulmin, 1958: 95). Por lo tanto, distingue argumentos *field-dependent* de los que son *field-invariant* que son los mismos en todos los sectores de la argumentación. El defecto del absolutismo, considera Toulmin, radica en su desconocimiento del aspecto dependiente, *field-dependent* del campo de la argumentación. Dado que el absolutismo supone que todos los aspectos de la argumentación son *field-invariant*, la lógica resulta inoperante a la hora de analizar la comunicación humana diaria real y los tipos de argumentación que se dan en situaciones concretas o campos específicos (judicial, político, periodístico, etc.).

Argumentando que el absolutismo carece de valor práctico, el objetivo de Toulmin fue desarrollar un tipo diferente de argumento, llamado *practical arguments*. A diferencia de los argumentos teóricos absolutistas cuya función es inferencial, el *practical argument* de Toulmin se centra en la función de justificación de la argumentación. Mientras que los argumentos teóricos hacen referencia desde un conjunto de principios para llegar a una *claim* (la declaración o tesis defendida), los argumentos prácticos primero encuentran *claim*, declaración o tesis defendida, y, a continuación, dan una justificación. Toulmin considera que el razonamiento no es tanto una actividad de inferencia que implica el descubrimiento de nuevas ideas, sino que es más un proceso de prueba y de tamizar las ideas ya existentes, un acto alcanzable a través del proceso de la justificación.

Toulmin cree que para que un argumento tenga éxito, es necesario proporcionar una buena justificación. Según él, esto asegurará que se parta de la crítica y se llegue a un veredicto favorable. En su libro *The Uses of Argument*. Toulmin propone un diseño que contiene seis componentes interrelacionados para el análisis de los argumentos. A continuación vamos a exponer los componentes con los ejemplos que ofrece el mismo Toulmin en su libro (1958: 97-105).

El *claim*, la declaración o tesis defendida, es una conclusión cuya calidad debe ser establecida. Es la opinión que se defiende apoyándose en los datos. Por ejemplo, si una persona trata de convencer a su interlocutor de que él es un ciudadano británico la declaración sería:

1. *Harry es ciudadano británico.*<sup>9</sup>

El *ground (Evidence, Data)*, son los datos o fundamentos al que uno recurre para apoyar su declaración o tesis. Los datos son aproximadamente equivalentes a las premisas de la lógica clásica. Por ejemplo, la declaración de (1) se puede apoyar con datos de apoyo:

2. *Harry nació en las Bermudas.*

---

<sup>9</sup> En este ejemplo y los siguientes para más comodidad y evidencia en español se traducen y adaptan los ejemplos en inglés de Toulmin (1958).

La *warrant*, o garantía es una declaración que autoriza el movimiento desde el fundamento hasta la tesis (p. 98). Es el principio general que confiere validez a la argumentación. Con el fin de progresar desde el fundamento establecido en (2) *Harry nació en las Bermudas* hasta la tesis en (1) *Harry es ciudadano británico* el locutor debe suministrar una garantía como un puente entre los datos y la tesis defendida con la afirmación:

3. *Un hombre nacido en Las Bermudas generalmente será un ciudadano británico.*

Estos tres elementos son imprescindibles en cualquier argumentación. Dependiendo del grado de aceptación o no de la garantía por parte del receptor de la argumentación, pueden incluirse tres elementos más en el proceso de argumentación. Si la garantía no es definitiva y su autoridad no es aceptada inmediatamente por el interlocutor, estamos entonces ante un proceso de argumentación un poco más complejo que incluye elementos como la refutación, la restricción o el apoyo a la garantía.

La *rebuttal* o refutación a la garantía son las declaraciones que reconocen las restricciones que legítimamente pueden ser aplicadas a la tesis. Indica las circunstancias en las que la autoridad de la garantía debe no tenerse en cuenta. La refutación se ejemplifica en la siguiente manera:

4. *Un hombre nacido en las Bermudas es un ciudadano británico, a menos que sus padres sean extranjeros o si el sujeto se ha nacionalizado estadounidense.*

El *qualifier* o restricción a la garantía, indica la fuerza que la garantía asigna en este paso. Es el campo de la modalidad, que se manifiesta en exponentes como estos: *probablemente, quizá, posiblemente, por lo que parece.*

5. *Casi todos los varones nacidos en las Bermudas son ciudadanos británicos.*

El *backing* o justificaci3n se aade cuando se considera que la garantía no es suficiente para los lectores o los oyentes. Un posible apoyo a la garantía podr3a ser, por ejemplo: *Lo afirma la legislaci3n británica.*

Los primeros tres elementos, datos o fundamentos, tesis y garantía son imprescindibles y están siempre presentes en su modelo de la argumentación simple, mientras que los últimos tres, justificación, restricción a la garantía y refutación a la garantía se manifiestan en el modelo más complejo.

El trabajo de Toulmin es el primer intento en el siglo XX de alejarse de la lógica formal. De hecho su intento fue acercar la lógica a la argumentación en la vida cotidiana y en las disciplinas académicas. Su modelo difiere de una descripción clásica de la argumentación en que no se concentra en las relaciones formales entre las partes de un argumento sino que establece relaciones funcionales entre las diferentes categorías que conforman toda argumentación y así ayuda a localizar posibles problemas de cada argumento. El filósofo británico intenta evidenciar estas relaciones convirtiendo a cada categoría en una respuesta a la pregunta de un interlocutor idealizado. La estructura del argumento es, en realidad, el producto de una interacción con las partes del argumento definido, como respuestas a preguntas particulares o cuestionamientos de la aserción inicial.

Cuando Toulmin propuso, por primera vez, este diseño de la argumentación se basaba en los argumentos jurídicos y destinados a analizar la racionalidad de los argumentos que suelen encontrarse en los tribunales. Toulmin no se dio cuenta de que este sistema podría ser aplicable al campo de la retórica y la comunicación. Solo después de la publicación del *An Introduction to Reasoning* (1979) se mencionan en su obra las aplicaciones retóricas. A partir de los años 60, en EEUU empiezan a publicarse trabajos para enseñar a debatir que se basan en el modelo de Toulmin. Uno de los más importantes es *Decision by Debate* (1963) de Wayne Brackriede y Douglas Ehninger. En la actualidad, publicaciones como los de Daniels y Daniels (1993), Ramage y Bean, (1995), Rottenberg (1997) y Crusius y Channell (1999) entre otros, siguen su patrón. Su modelo ha encontrado gran difusión entre los investigadores que lo aportan para el análisis empírico del discurso argumentativo en sus más variadas formas.

Van Dijk (1978), (1980), (1983a) utiliza las categorías de Toulmin para caracterizar la superestructura de la argumentación cotidiana. Por otro lado, la idea del aspecto *field-dependent* de la argumentación ha tenido influencia en la área del

movimiento de la reforma educativa *Critical Thinking*.<sup>10</sup> Otra de las líneas de investigación que surgen de la obra de Toulmin es el movimiento de la "lógica informal". Se trata de un enfoque normativo hacia la argumentación que utiliza el lenguaje común con el propósito de desarrollar normas, criterios y procedimientos para la interpretación, evaluación y construcción de argumentaciones que sean fieles a las complejidades e incertidumbres de la argumentación de todos los días.

Sin embargo, el modelo de Toulmin también ha recibido algunas críticas. Por ejemplo, Van Eemeren y Grootendorst (1984: 200) consideran que Toulmin propone un modelo que no respeta la orientación procedimental, es decir, los modos de codificación, decodificación o interacción argumentativa, sino que es únicamente un sistema para la descripción del producto o del resultado descriptivo. A pesar de eso hay que reconocerle el mérito de incrementar el interés en el estudio en la argumentación aportando el primer modelo de análisis de la argumentación real.

### 1.2.3. La nueva retórica de Perelman y Olbrecht-Tyteca

En 1958 se hace otra publicación importante *Traité de l'argumentation. La Nouvelle Rhétorique* de Chaïm Perelman y Lycie Olbrecht-Tyteca. Este libro es el intento de recuperar una herencia retórica que los autores situaban ante todo en Aristóteles. Pretenden rehabilitar la retórica clásica menospreciada durante la Edad Moderna como sugestión engañosa.

Es oportuno empezar recordando el texto más citado de G. Genette *La Rhétorique Restreinte* donde se puede leer "De Corax à nos jours, l'histoire de la rhétorique est celle d'une *restriction généralisée*" (Genette, 1970: 158). En efecto, la retórica se limita al estudio de la *elocutio*, de los adornos del discurso, del colorido retórico. La esencia de la cuestión que han recuperado todos los teóricos modernos es que se aparta del dominio lingüístico para incidir en la idea de que la retórica es algo más que la mera organización de la frase. Lo sustancial no es la frase sino el texto, el

---

<sup>10</sup> John McPeck: *Critical Thinking and Education* (1981) y *Teaching and Critical Thinking* (1990).

discurso cuya organización trasciende lo meramente gramatical. No se puede distinguir la forma y el fondo en el discurso, ni se puede estudiar la construcción y las figuras estilísticas sin tener en cuenta cuál es el objetivo de la argumentación.

Los autores de *La Nueva Retórica* sientan las bases de lo que podríamos denominar Teoría General de la Argumentación, como expresión de la nueva ciencia retórica (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 26). Perelman y Olbrecht-Tyteca toman como base la concepción clásica de la demostración que está basada en la lógica formal. La lógica concebida como la reflexión sobre el razonamiento es una de las principales herramientas que debería usar alguien que pretende argumentar. Ellos entienden la argumentación como "el estudio de las técnicas discursivas que permiten provocar o aumentar la adhesión de las personas a las tesis presentadas para su asentimiento" (Perelman y Olbrecht-Tyteca, 1989: 34).

Ya en su libro anterior, *Rhétorique et philosophie*, Perelman, siguiendo a Aristóteles, consideraba la retórica como parte de la filosofía ya que no contiene demostraciones sino argumentaciones. Perelman retoma la distinción aristotélica entre la lógica como ciencia de demostración y dialéctica y retórica como ciencias de lo probable, de la argumentación. Mientras que filosofía tiene un público universal, ideal, la retórica es la que está acercando al conocimiento universal a los diferentes públicos, a un auditorio concreto y particular, utilizando las estrategias lingüísticas y supralingüísticas apropiadas en cada caso. Otra distinción de los mismos autores es que con la argumentación retórica se pretende persuadir, lo que supone la adopción de una actitud determinada, y la argumentación filosófica pretende convencer, lo cual no trasciende la esfera mental (*op. cit.*: 67).

Su estudio se va a centrar, pues, en el estudio de las estructuras argumentativas, aspirando a ser una disciplina filosófica moderna con dominio propio: el análisis de los medios utilizados por las ciencias humanas, el derecho y la filosofía, para probar sus tesis (González Bedoya, 1989: 17).

El hecho de que no tratan de imponer normas externas que digan cómo debe desarrollarse una argumentación distingue a los autores, que adoptan el enfoque de estudio descriptivo, de los modelos lógico-formales. Dos son los aspectos en los que *La Nueva Retórica* quiere diferenciarse de la retórica clásica.

Primero, que la nueva retórica no se basa solo en los elementos de la retórica de Aristóteles sino también de la dialéctica "concebida por el propio Aristóteles como el arte de razonar a partir de opiniones generalmente aceptadas" (*op. cit.* 36). Sin embargo, optan por el título la Nueva Retórica porque el término dialéctica está demasiado vinculado al término lógica y ha perdido su significación aristotélica original. A pesar de todo, creen que la retórica y la dialéctica se complementan. Mientras "la dialéctica alude a las opiniones, es decir, a las tesis a las cuales cada persona se adhiere con una intensidad variable", la preocupación de retórica fue "la idea de la adhesión y de las personas a las que va dirigido un discurso" (*op. cit.* 36). Los autores subrayan que la adhesión de los oyentes como objetivo del arte oratorio es el mismo que el de cualquier argumentación.

Otra diferencia es la concepción del objeto de estudio. La nueva retórica tiene como objeto de estudio la estructura de la argumentación y los mecanismos del pensamiento persuasivo analizando sobre todo textos escritos. Dado que la intención de los autores es el análisis de la argumentación, es lógico que pretendan incluir todo tipo de discurso escrito en su estudio. Por tanto, su objetivo es mucho más amplio que el de la retórica antigua que se centraba en el discurso oral y las formas de comunicación oral con el auditorio.

Lo que sí conservan de la retórica clásica es la idea de auditorio.<sup>11</sup> Para Perelman y Olbrecht-Tyteca el auditorio es "el conjunto de aquellos en quienes el orador quiere influir con su argumentación" (*op. cit.* 55). Los autores subrayan que "toda argumentación se desarrolla en función de un auditorio" (*op. cit.* 36). Todo discurso, sea oral o escrito, va dirigido a un auditorio y cada discurso es, aunque puede parecer lo contrario con los textos escritos, "condicionado, consciente o inconscientemente, por aquellos a quienes puede dirigirse" (*op. cit.* 38). Para la nueva retórica el auditorio, el público, el receptor no es sino una invención del que envía el mensaje y lo construye siguiendo determinadas reglas que le permiten conseguir determinados efectos. Para que el orador sea eficaz debería adaptarse al auditorio así

---

<sup>11</sup> "Lo que conservamos de la retórica tradicional es la idea de auditorio." (Perelman y Olbrecht-Tyteca, 1989: 38).



que si cambia el auditorio hay que cambiar la argumentación también.<sup>12</sup> "Al auditorio, en efecto, le corresponde el papel más importante para determinar la calidad de la argumentación y el comportamiento de los oradores" (*op. cit.* 62).

El auditorio, "una comunidad efectiva de personas" es un punto clave para que haya argumentación. Una de las condiciones para la formación de una comunidad efectiva es la existencia de un lenguaje común. También es imprescindible que se escuchen las palabras del orador y que se lean textos del escritor, es decir, que aquellos a los que está destinada la argumentación que le presten su atención. "Formar parte de un mismo medio, tratarse, mantener relaciones sociales, todo esto facilita la realización de las condiciones previas al contacto intelectual" (*op. cit.* 52).

Los autores de la nueva retórica distinguen entre el auditorio universal, constituido por toda la humanidad; el auditorio constituido por un único interlocutor, que es, desde el punto de vista del diálogo al que nos dirigimos; y el auditorio integrado por el propio sujeto cuando evoca las razones de sus actos. Para Perelman y Olbrecht-Tyteca, la diferencia entre persuasión y convicción radica en el tipo de auditorio. Si se pretende persuadir, el auditorio consiste de una o varias personas concretas, mientras que, si se pretende convencer, el auditorio está compuesto de los hombres adultos y normales, es decir, gente razonable.<sup>13</sup>

Los autores empiezan nombrando tipos de objetos de acuerdo como partes fundamentales de la argumentación, es decir, premisas que pueden servir para que una argumentación sea efectiva: hechos, verdades, presunciones, valores, jerarquías de valores y lugares de lo preferible, (*loci*). Los agrupan en dos categorías: una relativa a lo real (los hechos, las verdades, las presunciones) y otra relativa a lo preferible que son objetos de acuerdo a propósito de los cuales solo se aspira a la adhesión de grupos particulares (los valores, las jerarquías y los lugares de lo preferible).

---

<sup>12</sup> "[...] resulta fácil comprender que el discurso más eficaz ante un auditorio incompetente no sea necesariamente el que logra convencer al filósofo" (Perelman y Olbrecht-Tyteca, 1989: 39).

<sup>13</sup> Este es el punto de diferencia con respecto a la distinción entre convencer y persuadir que propone Kant. Según él, son dos tipos de juicios. Uno es el juicio subjetivo en el que se basa la persuasión; mientras que el otro es la verdad objetiva de las creencias racionales que pueden ser consideradas convincentes.

A lo largo de su obra realizan una clasificación sistemática de tipos diferentes de técnicas argumentativas, basadas en dos principios: el de asociación de ideas con fines argumentativos y el de disociación, es decir, la división en argumentos distintos sobre un concepto que es considerado por la audiencia como una unidad.

Estamos ante un hecho si hay un acuerdo universal. Dado que "solo estamos en presencia de un hecho si podemos postular respecto a él un acuerdo universal, no controvertido", a veces incluso los hechos más indudables pueden ser discutidos. Esto puede pasar cuando el público al que se dirige pone en duda el hecho que se presenta, o cuando el auditorio se amplía y los nuevos participantes con capacidad de opinar consideran que no se trata de un hecho indudable.

La categoría de la verdad es un sistema más complejo. Mientras que un hecho es un fenómeno simple, limitado, la verdad supone asociación de hechos. Las uniones pueden ser seguras, posibles o probables lo que permite distinguir lo verdadero de lo verídico y esto de lo verosímil. La verdad es un concepto absoluto. A diferencia de la verdad, lo verídico es relativo y lo verosímil es parecido a la verdad. Si la verdad supone el acceso completo a toda la información, o a sus partes más relevantes, lo verídico se centra más bien en asociaciones lógicas.

En cuanto a las presunciones, igual que los hechos, remiten a acuerdos universales, salvo que, a diferencia de los hechos, necesitan apoyos externos. Las presunciones no se pueden formular de forma arbitraria en ningún caso y "están vinculadas a lo normal y lo verosímil" (*op. cit.* 127).

Los valores están presentes en todas las argumentaciones. Perelman y Olbrecht-Tyteca distinguen entre valores universales que se aceptan de forma mayoritaria en la sociedad y valores particulares. Los últimos pueden ser concretos o abstractos. En cualquier caso, la argumentación se basa no solo en valores abstractos o concretos, sino también en jerarquías que se justifican con ayuda de valores. Es la propia sociedad la que establece sus criterios jerárquicos y por eso a algunos se concede más importancia que a otros.

Para fundamentar valores o jerarquías se puede recurrir también a premisas de carácter muy general, que Perelman y Olbrecht-Tyteca denominan lugares. La propia selección da a estos elementos una presencia que ha de tener influencia en los receptores. Sin embargo, no es suficiente con ello. Hay que interpretar los datos que es un proceso más complejo donde también juegan conceptos anteriormente citados. La interpretación es entendida como correcta explicación y la situación de los datos en su contexto.

La obra de Perelman y Olbrecht-Tyteca ha tenido una gran difusión entre los estudiosos de la argumentación. Porque explican el proceso del pensamiento por el cual se forman los argumentos que van a hacer creíble una tesis presentada, muchos analistas del periodismo actual en España parten de la retórica como instrumento para analizar la redacción periodística, especialmente el periodismo de opinión. Para Santamaría (1990) esta obra ayuda a comprender cómo se forma la opinión en el discurso periodístico de opinión.<sup>14</sup>

A pesar de que La Nueva Retórica de Perelman y Olbrecht-Tyteca tuvo gran influencia, también ha sido criticada. Las críticas más comunes a la *nouvelle rhétorique* se centran en el concepto de Perelman de "audiencia universal".<sup>15</sup> Van Eemeren, Grootendorst y Kruiger también critican la separación evidente entre las consideraciones de las audiencias y las técnicas de la discusión. Para los autores de La Nueva Retórica, la argumentación es una actividad lingüística. Usando una serie de técnicas, el hablante intenta persuadir o convencer a su audiencia, sea particular o universal. Según ellos, lo imprescindible es tener un buen conocimiento de su auditorio, de los factores sociales (externos) y psicológicos (internos) para que un argumento tenga éxito. Además, nos ofrecen un catálogo de posibles relaciones de interacción de argumentos fuera de contexto.

---

<sup>14</sup> Precisamente, de acuerdo con Santamaría (1990) consideramos esencial recordar y fijar un marco de referencia fundamental para el estudio de las columnas. Lo justifica así la extensión ¿excesiva? aparentemente de esta parte de la tesis dedicada a la manifestación de la opinión, de la argumentación y la persuasión en las columnas de autores de referencia de *El País* y de *ABC*.

<sup>15</sup> El concepto de la audiencia universal es problemático. Por ejemplo, la crítica de Henry W. Johnstone y John W. Ray, "Perelman's universal audience", *Quarterly Journal of Speech*, 1978, núm. 64, 361-75. Para más información, Scult (1985, 1989), Golden (1986), Crosswhite (1989) y Ede (1989).

No obstante, Perelman y Olbrecht-Tyteca no dan una caracterización de estos factores y tampoco dan una descripción de cómo se usan estas técnicas argumentativas en las situaciones reales por los hablantes. Por eso no sorprende la crítica por parte de Van Eemeren y Grootendorst cuya concepción de la argumentación, pragmadialéctica, considera el argumento como una clase de interacción que surge en el contexto de otras actividades de interacción.

Desde sus principios, el estudio de la argumentación giraba alrededor de dos perspectivas que tienen su origen en la *Retórica* de Aristóteles. Una es lógica que se centraba en la validez de los argumentos, y otra es dialéctico-retórica que consideraba la argumentación como un proceso con el fin de la aprobación por parte del auditorio. Las contribuciones de Toulmin y de Olbrecht-Tyteca para alejarse de la lógica formal y aproximarse más a la argumentación como real y diaria son evidentes.<sup>16</sup> No obstante, sus modelos no enfrentan la argumentación como un fenómeno realmente social y contextualizado.

Con la teoría de los actos de habla (Austin, 1962; Searle, 1969, 1979) y el desarrollo de la pragmática en la segunda mitad del siglo XX, el estudio de la argumentación se aborda desde otra perspectiva, la perspectiva pragmática que incluye los factores extralingüísticos también.

#### **1.2.4. La influencia de la pragmática en el estudio de la argumentación**

Desde que Charles Morris introdujo el término pragmática para designar "la ciencia de los signos en relación con sus intérpretes" ha pasado más de medio siglo. El auge de la pragmática, la disciplina de la lingüística que se interesa por el modo en que el contexto influye en la interpretación del significado ha tenido gran difusión en la comunidad científica y ha cambiado el enfoque en los estudios de lingüística. La pragmática presta atención a los factores extralingüísticos que condicionan el uso del

---

<sup>16</sup> "Neither the theoretical approach of Toulmin nor that of Perelman and Olbrecht-Tyteca marks a real break with the classical tradition in argumentation" (Van Eemeren y Grootendorst, 2004: 46).

lenguaje, es decir, a todos factores a los que no se hace referencia en un estudio puramente formal. La creciente influencia de la pragmática no ha revolucionado no solo el estudio del lenguaje en general sino también el estudio de algunas disciplinas y ámbitos en particular, como la argumentación.

En este apartado nuestra intención es revisar dos líneas de estudio de la argumentación influenciadas por la pragmática y que han tenido gran difusión entre los estudiosos de la argumentación: la argumentación radical de Anscombe y Ducrot y la argumentación pragmadialéctica de Van Eemeren y Grootendorst. Sin embargo, a pesar de tener la pragmática como punto de partida, son radicalmente distintas entre sí.

La teoría de la argumentación radical se desarrolló en Francia a partir de los trabajos de Anscombe y Ducrot (Anscombe y Ducrot: 1983, 1989);(Ducrot, 1984)<sup>17</sup>. La obra *L'argumentation dans la langue* (1983) de Jean-Claude Anscombe y su maestro Oswald Ducrot constituye el texto fundamental de la denominada Teoría de la Argumentación en la Lengua.<sup>18</sup> El trabajo de Anscombe y Ducrot se centra más en el contexto lingüístico y en la estructura interna del discurso; en particular, en las relaciones implicacionales o encadenamientos de la argumentación discursiva, es decir, cómo los diferentes elementos de la lengua condicionan por su significado la continuación del discurso. Este es el punto en que se diferencia su teoría de los temas estudiados por la tradición pragmática anglosajona, que se centra en la adecuación de los enunciados a la situación externa.

Ambos investigadores intentarán situar su trabajo en el campo de una semántica ampliada, que abarque también a la pragmática o, al menos, a una parte de la pragmática, un campo idóneo para tratar tales fenómenos. Por eso su teoría representa "el enfoque interno y discursivo" dado que en el discurso es habitual el encadenamiento

---

<sup>17</sup> En esta tesis utilizaremos la versión española titulada *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación* publicada por Paidós en 1986.

<sup>18</sup> En esta tesis utilizaremos la versión española titulada *La argumentación en la lengua*, el libro publicado por Gredos en 1994. Hay que mencionar que la traducción al español de esta obra no coincide por completo con la versión original en francés. En la traducción al español, además de un prólogo en el que Marta Tordesillas presenta la teoría, los autores en colaboración con las traductoras introdujeron nuevos capítulos y modificaron algunos ya existentes, por lo que se convierte casi en un libro nuevo y actualizado.

de dos o más oraciones con una dirección ilocutiva concreta (Escandell Vidal, 2006: 94).

La teoría de la argumentación se centra en poner de manifiesto los principios que determinan la adecuación de los enunciados con respecto al contexto lingüístico en que aparecen. Lo que quieren mostrar estos autores es que los principios que rigen los encadenamientos argumentativos dependen fundamentalmente de la propia estructura lingüística de los enunciados, y no solo de su contenido. Por tanto, el punto central de la teoría es mostrar cuáles son los elementos, las reglas y los principios que determinan la organización externa y la interpretación de las argumentaciones. Su objetivo es analizar de qué manera la forma lingüística influye o determina los encadenamientos posibles en el discurso y una parte de la interpretación.

Según Anscombe y Ducrot (1994: 8), la argumentación es dar razones a favor de una conclusión, es decir, la argumentación supone la existencia de dos elementos y se hace cuando un emisor presenta uno o un conjunto de enunciados: uno que constituye el argumento, “E1 [argumentos] para *hacer admitir* otro enunciado (o conjunto de enunciados)”y, el otro, E2, la conclusión.

Así la argumentación viene a ser un tipo de relación discursiva: la argumentatividad se transmite a frases de contenido proposicional neutro a través de la presencia de determinadas palabras y conectores que orientan las proposiciones hacia una conclusión. Por ejemplo, el contenido proposicional de la frase *Juan gana mil euros* en sí misma es neutra y no parece orientada a ninguna de dos posibles conclusiones: *¡Qué suerte tiene!* o *¡Qué triste está!* No obstante si añadimos *casi* a la frase *Juan gana casi mil euros*, la frase deja de ser neutra y nos guía a la conclusión *Qué suerte tiene*. Lo mismo pasaría si añadimos la palabra *apenas* que nos guiaría a otra conclusión *Qué triste está*. Por eso, Ancombres y Ducrot tomaron como objeto de su estudio los elementos lingüísticos de los que dispone el hablante para argumentar y orientar su discurso; y, paralelamente, que sirven al destinatario para construir su interpretación.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> "Anscombe y yo sostuvimos con frecuencia que el efecto sobre una frase de morfemas como *casi*, *apenas*, *poco*, *un poco*, etc., es imponer ciertas restricciones al potencial argumentativo de los eventuales enunciados de esta frase" (Ducrot, 1986: 188).

Anscombe y Ducrot llegaron a la conclusión de que la argumentación es un valor inherente y permanente en cada manifestación de la lengua. Ellos consideran que no se argumenta "con" la lengua, sino "en" la lengua. La argumentación está inscrita en la lengua, en las frases mismas. Son los propios elementos lingüísticos los que condicionan por su significación la dinámica discursiva. Para ellos, todas las unidades lingüísticas están dotadas, de un modo u otro, de una significación lingüística. De ahí viene la idea de la argumentación radical.

En la primera etapa de su investigación se hablaba de que los enunciados estaban orientados argumentativamente. Sin embargo, el problema surge al intentar determinar cuál es el fundamento de la orientación. Con el fin de solucionar este problema, incorporaron el concepto aristotélico y su trabajo empieza a estudiar los *topoi*, es decir de los principios comúnmente admitidos por una sociedad, que permiten derivar conclusiones de cualquier enunciado.<sup>20</sup> Los *topoi* "Sirven para producir encadenamientos argumentativos [...] y evidenciar los *topoi* permite dar una forma más precisa a la idea central que rige toda la teoría de la argumentación en la lengua." (Anscombe y Ducrot, 1994: 217).

Según ellos, *los topoi* poseen tres características generales: son compartidos por una colectividad; el topos es un principio general, vale para una multitud de situaciones; y es gradual, es decir, pone en relación dos propiedades generales (Anscombe y Ducrot, 1994: 218). Para ilustrar este punto nos podría ayudar este ejemplo:

*Juan tiene mucho dinero. ¡Qué suerte tiene!*

El hecho de que Juan tenga mucho dinero da paso a una argumentación intencionada. Esta orientación argumentativa se obtiene a través de la transmisión por parte de hablante del *topos* "la riqueza produce felicidad". Sin embargo, si partimos del topos "la riqueza no produce felicidad" llegaríamos a la conclusión contraria, *¡Qué triste está!*

---

<sup>20</sup> Aunque los autores advierten que la noción de *topos* a la que se refieren está lejos de abarcar todo lo que Aristóteles y la retórica clásica incluían en ese término (Anscombe y Ducrot, 1994: 217).

Otra aportación importante de Anscombe y Ducrot a la lingüística pragmática es el concepto de la polifonía que tiene sus raíces en los trabajos de Bakhtine sobre la teoría de la crítica literaria (Ducrot, 1986: 175). Ducrot ha desarrollado la Teoría Polifónica de la Enunciación en la que propone que el hablante no ha de ser concebido como una unidad y explica la intervención de distintas “voces” en el discurso. Su punto de partida es que todo discurso es un conjunto de voces que realizan actos de habla atribuidos a diferentes sujetos lingüísticos del discurso. Según ellos, todo enunciado discursivo es un diálogo en el que pueden llegar a participar hasta tres voces así que las instancias que denominamos emisor y receptor no son monolíticas. En cada acto de habla los seres humanos ponemos en juego tres tipos de personajes: *sujet parlant* (el sujeto hablante), *locuteur* (el locutor) y *énonciateur* (el enunciador).

El hablante es la persona real que habla, la que existe en el mundo. Según Ducrot (1986: 193-198) tiene a su cargo toda la actividad psicofisiológica necesaria para la producción del enunciado. Además de la capacidad de producir el enunciado y de realizar el acto ilocutivo, Ducrot asigna al sujeto hablante una tercera propiedad, la de estar designado en un enunciado por las marcas de la primera persona. El locutor es el responsable del enunciado, esto es, a quien se le atribuye la responsabilidad de la enunciación en el mismo enunciado. El enunciado final es fruto del diálogo interno entre dos o tres posiciones distintas que, en muchos casos, se contradicen. Se supone la diversidad de sujetos que se pueden activar en el discurso y así se llega a un desdoblamiento. Para explicar el concepto de desdoblamiento, Ducrot introduce una tercera figura, el enunciador. El locutor puede evocar y atraer a su propio discurso una diversidad de voces como, por ejemplo, la propia pero de otro tiempo, o la ajena (del interlocutor presente o del interlocutor ausente). Son personas discursivas diferentes del *yo* cuya “voz” se deja sentir a través del locutor.<sup>21</sup>

Desde el punto de vista de la recepción, al emisor le corresponde el receptor, el destinatario empírico del discurso; y al locutor, el alocutorio que es el *tú* del texto.

---

<sup>21</sup> La adecuación de estos conceptos, esenciales, para el análisis de la argumentación y de la persuasión en el género de las columnas es evidente. Por eso la extensión que dedicamos a fijar estos conceptos con precisión antes de abordar el núcleo de la tesis.



Por eso el concepto de polifonía creado por Anscombe y Ducrot sirve para cuestionar la unicidad del emisor y permite analizar la diversidad de voces en los textos y estudiar la interacción entre dos o incluso tres opiniones distintas y su manifestación lingüística en un discurso aparentemente monológico. Por lo tanto, la polifonía sirve como mecanismo discursivo teniendo en cuenta el carácter dialógico (relación dialéctica entre el emisor y el receptor; la confrontación entre un emisor actual y un receptor concreto o no, presente o representado textualmente) de la argumentación.

Los trabajos de Anscombe y Ducrot constituyen una aportación lingüística en el estudio de la argumentación. Su trabajo ha sido de gran influencia y ha tenido muchos seguidores no solo en Francia sino también en Suiza y en España. Los trabajos de Portolés sobre clasificación de los marcadores del discurso y sobre el comportamiento de algunos operadores y conectores se inspiran en la teoría de la argumentación en la lengua de Anscombe y Ducrot.<sup>22</sup>

Sin embargo, como lo hemos advertido, estamos ante la pragmática "interna" del texto dado que su teoría se basa en los elementos formales que proporciona la lengua a sus hablantes para orientar argumentativamente sus enunciados. Es una pragmática que integra la semántica, porque se ocupan de los elementos inherentes al contenido semántico de las proposiciones. Escandell (2006: 108) advierte que "la pragmática así concebida no podrá tratar todo lo que es situacional o conversacional, porque éstos son siempre fenómenos que involucran necesariamente elementos extralingüísticos".

El modelo pragmadialéctico de Van Eemeren y Grootendorst<sup>23</sup> toma en consideración estos elementos. Estos autores rechazan la tradición lógico-teórica en el estudio de la argumentación por el hecho de que carece de base empírica, y se concentra en los argumentos formales que carecen de la relación directa con cómo la argumentación se lleva a cabo en práctica. Por el otro lado, también rechazan aquellos trabajos sobre la argumentación que consisten en la observación irreflexiva sin base

---

<sup>22</sup> Portolés (1989), (1995), (1998a), (1998b), (1998c) entre otros.

<sup>23</sup> En las publicaciones de Van Eemeren y Grootendorst (1984), (1992), (1996), (2000), (2004), (2005), (2006), entre otras.

teórica. Por tanto, proponen un modelo de estudio de la argumentación en el que lo normativo y lo descriptivo aparecen integrados.<sup>24</sup>

La parte normativa se basa en los presupuestos de la racionalidad crítica, en los trabajos de Popper, Albert, Crawshay-Williams y en la dialéctica formal de Barth y Krabbe, el nombre proviene de Hamblin, inspirada a su vez en la lógica dialógica de Lorenzen y otros miembros de la *Erlanger Schule*.<sup>25</sup> La parte descriptiva se sustenta en la teoría de los actos de habla desarrollada por Austin (1962) y Searle (1969) y en los principios de cooperación de Grice (1975, 1989). Por estas razones, Van Eemeren y Grootendorst denominaron su teoría de argumentación como pragmadialéctica, dado que el nombre refleja su doble punto de vista. Según ellos su teoría es "un paso adelante hacia una visión funcional e interactiva de la argumentación" (Van Eemeren y otros, 2000: 318). Es necesario establecer una interacción sistemática entre diferentes tipos de estudio que permite relacionar el enfoque que empieza por lo "real", "objetivo", "materialista" con el enfoque "ideal", "transcendental", "abstracto" (Van Eemeren y Grootendorst, 2004: 11).

En el enfoque pragmadialéctico, Van Eemeren y Grootendorst han desarrollado la idea de la discusión crítica que se puede describir como "an exchange of views in which the parties involved in a difference of opinion systematically try to determine whether the standpoint or standpoints at issue are defensible in the light of critical doubt or objections".<sup>26</sup> Lo pragmático de este enfoque es que los pasos en la resolución de las diferencias de opinión se conciben como, actividades verbales, actos de habla llevados a cabo en un contexto específico. Por eso el estudio de la argumentación forma parte del estudio de una actividad verbal comunicativa, también llamado análisis del discurso.

---

<sup>24</sup> "It is, in our view, the task of argumentation theorists to establish a well considered link between, on the one hand, insights as they are expressed in normative models such as those of formal logic, and, on the other hand, insights derived from empirical descriptions as provided by discourse analysts that are primarily socially or linguistically oriented" (Van Eemeren y Grootendorst, 2004: 9).

<sup>25</sup> La distinción tomada de Van Eemeren y Grootendorst (2004): Popper (1972), (1974); Albert (1975); Crawshay-Williams (1957); Barth y Krabbe (1978), (1982); Hamblin (1970).

<sup>26</sup> Van Eemeren y Grootendorst, 2004: 52.

Los autores parten de cuatro principios teóricos básicos en los que se basa el estudio de la argumentación.<sup>27</sup> A continuación exponemos estos principios:

**1. La funcionalización de la argumentación.** La argumentación es una actividad verbal que tiene como objetivo resolver la diferencia de opinión y así obtener su fin comunicativo y interaccional. La funcionalización se consigue tratando las expresiones verbales utilizadas en la argumentación como actos de habla porque la argumentación es una actividad verbal.

**2. La externalización de la argumentación.** La argumentación es un fenómeno verbal, una contribución al proceso comunicativo entre personas o grupos de personas que tratan de resolver diferencias de opinión intercambiando ideas. Discurso argumentativo es una actividad social, es accesible para otros miembros de la sociedad y la manera cómo se evalúa la argumentación depende del tipo de interacción que se lleva a cabo en un proceso comunicativo entre participantes del dicho proceso. En este punto, Van Eemeren y Grootendorst se aproximan al estudio de la argumentación como proceso, no como un producto, al contrario de los enfoques lógico-teóricos<sup>28</sup> o el modelo de Toulmin.<sup>29</sup>

**3. La socialización de la argumentación.** La argumentación tiene forma de un diálogo, el hablante que argumenta establece siempre un diálogo con el interlocutor con el fin de resolver una diferencia de opinión. Hay que considerar la argumentación como una parte del proceso bilateral.<sup>30</sup> Por eso la socialización

---

<sup>27</sup> Ver Van Eemeren y Grootendorst (1984: 4-18), (2004: 52-57) y Van Eemeren, Grootendors y Snoeck Henkemans (1996: 276-280).

<sup>28</sup> Los enfoques lógico-teóricos consideran la argumentación como un producto destacando la validez de argumentos en la que a partir de una o más premisas se llega a la conclusión. Al contrario, el enfoque retórico se centra en el proceso subrayando la eficacia de las actividades desarrolladas en la argumentación con el fin de llegar a aprobación de la tesis.

<sup>29</sup> Aunque Toulmin tiende a ver argumentación como un proceso dado que en su modelo cada parte de la argumentación es reacción a una hipotética pregunta, estas preguntas, de hecho, sirven para explicar la estructura del argumento.

<sup>30</sup> Perelman y Olbrecht-Tyteca intentan tomar un enfoque dialógico en su estudio de la argumentación, pero, Van Eemeren y Grootendorst advierten que no es una contribución dialógica dado que su público universal está compuesto a veces de destinatarios pasivos (passive listeners) que no ofrecen oposición verbal.

se consigue extendiendo la perspectiva del acto de habla al nivel de la interacción. Esto se aplica también en los casos en los que solo una persona está involucrada salvo que se trata de un diálogo interior (*interior dialogue*). Uno puede no estar de acuerdo con sí mismo y puede tener dos puntos de vista distintos sobre una tesis. En este caso también se trata de un proceso bilateral y social porque hay que convencer a alguien de su tesis.

**4. La dialectificación de la argumentación.** Van Eemeren y Grootendorst estudian la argumentación como un intento de resolver diferencias de opinión respetando las normas racionales. Este estudio forma parte de una discusión crítica sobre una opinión verbalizada en la que dos interlocutores interaccionan para resolver una disputa. Hay una serie de normas que determinan la resolución de dicha diferencia de opiniones y estas normas implican una regulación metodológica del discurso argumentativo. Eso también implica que la resolución de diferencia de opinión debería tomar no solo actitud crítica sino también cooperativa. Teniendo eso en cuenta, Van Eemeren y Grootendorst(1984: 18) definen la norma racional:

A language user taking part in an argumentative discussion is a rational language user if in the course of the discussion he performs only speech acts which accord with a system of rules acceptable to all discussants which features the creation of a dialectic which can lead to a resolution of the dispute at the centre of discussion.

El modelo de la discusión crítica nos proporciona distintos estadios que se deben diferenciar en el proceso de la resolución de opinión. Se basa en la premisa de que la diferencia de opinión se puede resolver solo si las personas que participan en el proceso llegan a un acuerdo sobre qué puntos de vista son aceptables y qué no. La teoría pragmadialéctica asume que la argumentación es siempre un intercambio de puntos de vista entre dos polos opuestos, incluso cuando el intercambio de puntos de vista tiene una forma de un monólogo. Con el monólogo se entiende "a specific kind of critical discussion where the protagonist is speaking (or writing) and the role of the antagonist remains implicit" (Van Eemeren y Grootendorst, 2004: 59).

Incluso cuando el papel del antagonista no es activo y explícito, el discurso del protagonista todavía puede ser una contribución a la discusión crítica dado que el

protagonista hace un intento de contrarrestar una posible duda del auditorio. Especialmente en los textos escritos, la diferencia de opinión a menudo se mantiene implícita porque hay solo una parte que expresa su punto de vista. y la duda de la otra parte se anticipa. "La argumentación siempre tiene el objetivo de convencer a los críticos potenciales, sea que estén presentes o no en la realidad" (Van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans, 2006: 40).

En este modelo ideal de la discusión crítica se distinguen cuatro etapas, confrontación, apertura, argumentación y cierre, que los que pretenden argumentar tienen que pasar para resolver sus diferencias de opinión.<sup>31</sup>

1. *Confrontation stage*. En la fase de confrontación las partes establecen que tienen diferencias de opinión. Si la discusión permanece implícita también es necesario establecer que existe una diferencia de opinión o que amenaza con aparecer.

2. *Opening stage*. En la fase de apertura las partes deciden resolver la diferencia de opinión. En el caso de la discusión implícita se aclara la disposición a resolver la diferencia siguiendo ciertas reglas que se pueden mencionar. Es muy común que la etapa de apertura queda implícita porque las reglas de discusión o otros puntos de partida se toman como aspectos ya concedidos.

3. *Argumentation stage*. En la etapa de argumentación el protagonista defiende su punto de vista poniendo argumentaciones para contrarrestar las objeciones del antagonista. Lo mismo pasa si la discusión permanece implícita, se presenta la propia argumentación y quizá se haga referencia a las perspectivas de la parte opuesta. Esta es la parte crucial para resolver diferencias de opinión.

4. *Concluding stage*. En la etapa de conclusión las partes de una discusión evalúan hasta qué punto la diferencia inicial de la opinión ha sido resuelta. Es la etapa de una discusión que con más frecuencia es explícita. Sin embargo, la etapa de conclusión no tiene que ser final porque una discusión puede

---

<sup>31</sup> Van Eemeren y Grootendorst (1984: 85-88), (1992: 34-35), (2004: 59-62), (2006: 35-37).

continuarse aduciendo nuevos argumentos o incluso modificando la argumentación que ya han tenido pero cambiando las premisas de la etapa de apertura. De todos modos, se tendrá que pasar por las mismas etapas con el fin de resolver las diferencias de opinión.

En definitiva para Van Eemeren y Grootendorst (1984: 18) la argumentación es:

Argumentation is a speech act consisting of a constellation of statements designed to justify or refute an expressed opinion and calculated in a regimented discussion to convince a rational judge of a particular standpoint in respect of the acceptability or unacceptability of the expressed opinion.

Como ya lo hemos mencionado, la teoría pragmatialéctica parte de que el objetivo primordial de la argumentación es la resolución de una diferencia de opinión así que la característica principal es la oposición de papeles argumentativos (Van Eemeren et al., 2000: 318). En el contexto de interacción donde aparece una diferencia de opinión se plantea la argumentación. La organización del argumento depende de la existencia de polos opuestos y de los puntos que deben ser resueltos para superar la oposición.

La argumentación puede tener cualquier forma, desde un texto escrito por el autor que se dirige a un público desconocido hasta un debate entre dos o más personas que hablan cara a cara. En ambos casos, el objetivo es el mismo: "enfrentar -e intentar resolver- una diferencia de opinión por medio de la exploración de la justificación relativa de los puntos de vista en competencia".<sup>32</sup> Dentro de las concepciones pragmatialécticas, la argumentación se considera como "un dispositivo para la regulación del propio discurso" y pertenece a la clase de dispositivos conocidos como "mecanismos de reparación".<sup>33</sup>

Dado que la argumentación es una forma de reparación, la misma argumentación debería considerarse como una interacción. Por lo tanto, como un puente entre la organización especial de la argumentación con los principios generales que organizan el

---

<sup>32</sup> Van Eemeren et al., 2000: 318.

<sup>33</sup> Van Eemeren et al., 2000: 319.

discurso y la interacción, la teoría pragmadialéctica utiliza la teoría de los actos de habla.

A continuación veremos cuáles son las principales aportaciones que hace la teoría de los actos de habla a la descripción del discurso argumentativo dado que es de particular interés para nuestra tesis ahondar en la descripción de las funciones pragmáticas e identificación de actos de habla en el discurso argumentativo.

La idea de Austin de que la lengua no es solo descriptiva sino también sirve para realizar acciones marca un punto de partida de la teoría de los actos de habla.<sup>34</sup> Los actos verbales o actos de habla son las acciones que se llevan a cabo empleando palabras, es decir, los actos de habla que constituyen acciones, en el sentido de que no se limitan a expresar o describir alguna información (GRAE, 2009a: 3118). Según Austin (1962), todo acto está compuesto por un acto locutivo (*locutionary act*), un acto ilocutivo (*illocutionary act*) y un acto perlocutivo (*perlocutionary act*). El acto locutivo es el que realizamos por el mero hecho de decir algo, "[...] includes the utterance of certain noises, the utterance of certain words in a certain construction, and the utterance of them with a certain 'meaning' [...]" (Austin, 1962: 94). El acto ilocutivo es el acto de hacer alguna cosa al decir algo (los ruegos, los mandatos, los consejos). Hay que determinar de qué manera estamos utilizando el enunciado para saber cuál es el acto illocutivo realizado en cada momento.

It makes a great difference whether we were advising, or merely suggesting, or actually ordering. Whether we are strictly promising or only announcing a vague intention, and so forth. [...] we constantly do debate them, in such terms as whether certain words (a certain locution) *had the force of* a question, or *ought to have been taken as* an estimate and so on (Austin, 1962: 99).

El acto perlocutivo es el que produce algún efecto al destinatario (convencer al locutor, asustarlo, sorprenderlo). Aunque las propiedades de estos tres tipos de actos de habla son distintas, se realizan de forma simultánea: el acto locutivo posee significado, el acto ilocutivo posee fuerza y el acto perlocutivo logra efectos (Escandell, 2006: 60)

---

<sup>34</sup> Recuérdese las citadas palabras esenciales de Austin "[...] to say something *is* to do something, or *in* saying something we do something, and even *by* saying something we do something" (Austin, 1962: 94).

John Searle, discípulo de Austin continuó y amplió la línea de investigación de este. Para Searle "speaking a language is performing speech acts, [...] and these acts are in general made possible by and are performed in accordance with certain rules for the use of linguistic elements" (Searle, 1969: 16). El acto de habla es "the basic unit of communication" (*op. cit.* 21).

Searle (1979: 1) propone su clasificación de actos de habla utilizando varios parámetros de clasificación entre los cuales destaca la fuerza o fin ilocutivo de un acto.

If we adopt illocutionary point as the basic point notion on which to classify uses of language, then there are a rather limited number of basic things we do with language; we tell people how things are, we try to make them to do things, we commit ourselves to doing things, we express our feelings and attitudes, and we bring about changes through our utterances. Often we do more than one of these at once in the same utterance (Searle, 1979: 29).

Mientras Searle considera que la clasificación de los actos de habla de Austin no mantiene una distinción clara entre verbos ilocutivos y actos ilocutivos, la clasificación de actos de habla de Searle también ha sido criticada.<sup>35</sup> Leech (1983) y Edmonson (1981) consideran que Searle se basa exclusivamente en los verbos ilocutivos existentes en lengua inglesa. A pesar de las críticas, para Van Eemeren y Grootendorst (1984: 3) la teoría de los actos de habla es "the best analytical instrument so far developed in descriptive interpretative pragmatics" porque parten de la hipótesis de que en el sentido comunicativo de la argumentación está relacionado con el acto perlocutivo de convicción:

[...] a form of language use corresponding to the forms of language use characterized in the speech act theory as illocutionary acts and that as regards its interactional aspects argumentation is linked with the perlocutionary act of convincing (Van Eemeren y Grootendorst, 1984: 29).

Ya Austin (1962: 102) distingue entre un acto ilocutivo 'he argued that [...]' (argumentó que) debería distinguirse del acto locutivo 'he said that [...]' (dijo que) y del acto perlocutivo 'he convinced me that [...]' (me convenció de que). Searle está de acuerdo con la afirmación de su maestro. Para él argumentar es un acto ilocutivo y

---

<sup>35</sup> "Several taxonomies I have seen, including Austin's (1962), confuse a taxonomy of illocutionary acts with one of illocutionary verbs (Searle, 1979: ix).



convencer un acto perlocutivo. Searle incluso va más allá y confirma que la forma gramatical característica del acto ilocutivo es 'the complete sentence' (Searle, 1969: 25).

Sin embargo, como ya hemos podido ver, la argumentación raras veces está compuesta de una sola oración. Normalmente está compuesta de más de una oración. Por ejemplo, desde la perspectiva silogística existe premisa menor, premisa mayor y conclusión. El modelo de Toulmin consiste de *claim*, *warrant* and *grounds*. Anscombe y Ducrot parten de encadenamientos argumentativos a través de conectores. Por lo tanto, Van Eemeren y Grootendorst consideran la argumentación como un acto de habla complejo.<sup>36</sup>

This act complex is composed of elementary illocutions which belong to the category of the assertives and which at the sentence level maintain a one-to-one ratio with (grammatical) sentences. The total constellation of the elementary illocutions constitutes the illocutionary act complex of argumentation, which at a higher textual level maintains, as a single whole, a one-to-one ratio with a (grammatical) sentence sequence (Van Eemeren y Grootendorst, 1984: 34).

Aunque Austin y Searle relacionaron su teoría de los actos de habla con las unidades mínimas del lenguaje que en el sentido lingüístico corresponden a oraciones, Van Eemeren y Grootendorst se refieren a estas unidades como las unidades elementales. Sin embargo, en la comunicación se pueden distinguir unidades más amplias, que funcionan igual que las unidades elementales y que corresponden a las secuencias de oraciones en el sentido lingüístico. Estas unidades son ilocuciones complejas (*compound illocutions* o *illocutionary act complexes*) y la correspondencia que se establece mantiene la esencia de la idea de Searle.

Aunque Van Eemeren y Grootendorst (1984: 103-104) definen un acto ilocutivo complejo como secuencia de actos ilocutivos asertivos, luego admiten que también pueden aparecer otros tipos de actos ilocutivos en la argumentación, como, por ejemplo, directivos o comisivos. Sin embargo, estos autores no hacen un análisis empírico exhaustivo y por eso no proponen qué tipo de actos ilocutivos y en qué grado contribuyen al desarrollo de la argumentación.

---

<sup>36</sup> "We believe that argumentation can be treated as an illocutionary act complex" (Van Eemeren y Grootendorst, 1984: 34).

El modelo de Van Eemeren y Grootendorst pone más énfasis en las discusiones orales y apenas se dedican al discurso escrito, que definen como monológico, aunque en los trabajos más recientes hacen más referencias a este. Ellos prefieren el enfoque dialógico para estudiar la argumentación.

We have preferred a dialogic approach to argumentation because we believe monologism to be an obstacle standing in the way of progress towards gaining insight into the way in which language users use their language argumentatively in communicating and interacting with other language users (Van Eemeren y Grootendorst, 1984: 14).

Sin embargo en sus trabajos más recientes afirman que "un monólogo defiende un punto de vista que en un sentido debe ser visto como un diálogo" (Van Eemeren, Grootendors, Snoeck Henkemans, 2006: 40). Por lo tanto, consideramos que es posible aplicar el modelo dialógico de Van Eemeren y Grootendorst para el discurso escrito también.

### **1.2.5. Perspectiva socio-cognitiva en el estudio de la argumentación**

Como ya hemos mencionado en la introducción, la argumentación se ha estudiado en los últimos años desde distintos puntos de vista. Hasta ahora hemos intentado hacer un resumen de las propuestas más destacadas, por sí mismas, o por las consideraciones teóricas de referencia, desde enmarcar y fundar el análisis de los datos de esta tesis sobre la argumentación en las columnas publicadas de un par los autores de *El País* y de *ABC*. Habrá que mencionar también la aproximación socio-discursiva en el estudio de la argumentación.

Desde el punto de vista de la psicología, la argumentación se estudia a partir del análisis de los procesos cognitivos que subyacen a la producción y comprensión del discurso argumentativo. Hay muchos estudios que aunque parten del mismo enfoque, socio-cognitivo, se diferencian entre sí. Los trabajos sobre el desarrollo de las estrategias cognitivas de persuasión y, en general, los trabajos en el área de la psicología

social no son relevantes para nuestro trabajo.<sup>37</sup> No obstante, hay un grupo de lingüistas que han tomado el enfoque socio-cognitivo en el estudio del discurso. Según ellos el discurso es una manifestación social que está determinado por las representaciones cognitivas que tenemos de la realidad en la que vivimos.<sup>38</sup>

Calsamiglia y Tusón (2008: 1) dicen que el concepto de discurso implica una práctica social, “es una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito” y que todo discurso que se construye se da en interdependencia con el contexto que puede ser lingüístico, local, cognitivo o sociocultural.

En esta línea de investigación destaca el trabajo de Teun Van Dijk quien se dedica a estudiar estrategias lingüísticas, que a la vez son estrategias cognitivas, "strategies that are applied by language users in the production and comprehension of verbal utterances or speech acts of a natural language" (Van Dijk y Kintsch, 1983: 70). La aproximación socio-cognitiva de Van Dijk propone relacionar el discurso tanto con la sociedad como con la cognición. Sus primeros trabajos estudiaban la gramática del texto y la psicología del discurso mientras que en los recientes trabajos se interesa por las estrategias lingüísticas que sirven para transmitir ideologías a través del discurso, cómo estas ideologías influyen en textos y conversaciones cotidianas, cómo se entiende

---

<sup>37</sup> Entre otros, Clark y Delia, 1976; O'Keefe y Benoit, 1982. Ellos estudiaron el desarrollo de la competencia argumentativa y de las estrategias de persuasión en los niños. Sus estudios han influido en los trabajos posteriores no solo sobre el desarrollo de las capacidades lingüísticas de los niños sino también en la enseñanza y aprendizaje del discurso argumentativo en segundas lenguas (Connor, 1987). *Elaboración Likelihood Model (Modelo Probabilístico de Elaboración)* de persuasión desarrollado por Petty y Cacioppo (1986a, 1986b) trata de cómo se forman y cambian las actitudes. La idea central del modelo es *elaboration continuum* que va desde *low elaboration* hasta *high elaboration*. Es decir, el poder persuasivo de un argumento depende básicamente del grado de esfuerzo que un interlocutor ponga en la evaluación de los argumentos que le proporciona el hablante. Por tanto, el modelo distingue dos rutas de persuasión: la ruta central y la ruta periférica. Si la persuasión va por la ruta central eso significa que el sujeto considera la idea de una manera lógica y que sus capacidades y motivaciones son altas para pensar en los argumentos. Entonces si cambia su actitud será por la fuerza de los argumentos dados. En el caso de la ruta periférica es probable que el sujeto no posea ni capacidad ni motivación para dedicarse a los argumentos que se le dan y por eso no implica elaboración del mensaje mediante el procesamiento cognitivo de los argumentos. Por tanto, la persuasión ocurre vía estímulos afectivos o contextuales. Los sujetos que participan en los procesos periféricos de persuasión son más pasivos que los que participan en los procesos centrales.

<sup>38</sup> Fairclough considera el lenguaje "como una forma de práctica social" (Fairclough, 1989: 20).

el discurso ideológico y cómo el discurso influye en la reproducción de ideologías en la sociedad (Van Dijk, 2000: 4). Al lado de ideología, el contexto y el conocimiento son nociones clave en el análisis crítico del discurso.

Aunque no es nuestro objetivo estudiar las ideologías que subyacen los textos de nuestro corpus porque se trata de textos de dos periódicos de orientación distinta, es evidente que hay un componente estratégico en la producción argumentativa que está determinado por una conceptualización concreta del entorno social y cultural en el que se produce el proceso de comunicación. A favor de esta constatación se han de citar algunos trabajos dentro del marco de la psicología social y cognitiva. Por ejemplo Biling (1987), Wagner (1994) y Zammuner (1987), entre otros, que estudian la expresión de la opinión personal, el desarrollo de estrategias argumentativas por escrito y la influencia de algunas variables contextuales.

Zammuner (1987) demuestra que escritores que defienden posiciones distintas en un mismo contexto socio-cultural pueden desarrollar distintas estrategias argumentativas. Van Dijk dice lo mismo aunque contrasta la argumentación con las estructuras argumentativas. Según él: "The content of the argumentation may depend on our ideologies, but the argumentation structure itself is independent on our ideological position" (Van Dijk, 2000: 56). Más adelante afirma que el contenido de argumentos es relacionado con ideologías aunque no hay una conexión directa entre falacias e ideologías, en el sentido de si algunas falacias son típicas para algunas ideologías.

#### **1.2.6. La gramática de la argumentación de Vincenzo Lo Cascio**

Después de la publicación de la *Nueva Retórica* de Perelman y Olbrecht-Tyteca ha aumentado el interés por el estudio de la argumentación como una forma de utilizar el lenguaje con el fin de influir en el otro. Vincenzo Lo Cascio propuso un enfoque lingüístico para estudiar la argumentación que está relacionado con la idea de la gramática generativa de Chomsky.

La gramática de la argumentación de Lo Cascio refleja la necesidad de despertar interés por la argumentación en la educación lingüística dado que es imprescindible desarrollar competencias que permitirán expresarse de una manera eficaz.<sup>39</sup> Para enseñar la argumentación se requiere más conocimiento en las fases y procesos del aprendizaje que participan en la adquisición de la competencia argumentativa en la lengua materna o segunda lengua.

Según Lo Cascio (1998: 47), la argumentación trata de comunicar a otros hablantes un juicio propio provisto de argumentos que pueden probar su validez. Su objetivo es definir la posición de un hablante respecto a un posible problema y también puede servir para descubrir y formular una opinión personal y convencer a un interlocutor específico. Igual que Van Eemeren y Grootendorst, para Lo Cascio un texto argumentativo es un gran acto de habla, "macroacto", que un hablante produce para convencer a sus interlocutores de su tesis.

Argumentar para convencer significa producir un acto ilocucionario para empujar a un hablante, un interlocutor, ideal o real, a realizar un acto perlocucionario, es decir, a aceptar o rechazar la opinión o tesis que se le ofrece a través del propio acto de habla (Lo Cascio, 1998: 50).

Es importante que los hablantes escojan una forma lingüística apropiada al argumentar. Por lo tanto, cada hablante debería tener competencia lingüística y entender cómo funciona el discurso argumentativo para argumentar y para descifrar la organización textual de la argumentación de los otros. Cada vez que uno quiere transmitir un mensaje está obligado a centrarse en una forma eligiendo entre las disponibles en el código lingüístico, da igual si quiere narrar, razonar, expresar opinión o argumentar para persuadir a su interlocutor.

Disponer de una vasta gama de modelos lingüístico-textuales, tener la competencia para usar las formas (las estructuras que los sistemas de comunicación de los que nos servimos nos ponen a disposición) debería estar entre las mayores aspiraciones de cualquier hablante (Lo Cascio, 1998: 22)

---

<sup>39</sup> Su libro *Grammatica dell'argomentare: strategie e structure* fue publicado en 1991. Sin embargo nosotros utilizaremos la versión española titulada *Gramática de la argumentación: estrategias y estructuras* publicada en 1998 en Madrid por Alianza Editorial.

En el proceso de la argumentación la validez de la tesis y la posibilidad de convencer al interlocutor depende no solo de la naturaleza de los argumentos sino también de la forma en que se organiza el mensaje y de la forma lingüística que se utiliza. Un texto es argumentativo solo si contiene formulados explícitamente una tesis, un dato o un argumento que la justifique y una regla general que permita proponer una tesis a partir del argumento. "Una argumentación que no se apoye en los argumentos no es una argumentación" (Lo Cascio, 1998: 41).

Desde el punto de vista formal y de la organización textual, el autor distingue dos componentes. La estructura argumentativa está compuesta del marco y el núcleo fundamental. El marco supone las situaciones pragmáticas en las que se desarrolla la argumentación como tema, interlocutores, objetivos, condiciones, tipo de texto, etc. El núcleo fundamental es la composición efectiva de la argumentación propiamente dicha, es decir, la gramática interna y textual de la argumentación como, por ejemplo, sus categorías funcionales, su distribución en el texto, las tesis, los argumentos, las reglas generales.

Para definir su gramática argumentativa, Lo Cascio parte de las ideas de Van Eemeren y Grootendorst y Toulmin. Como ya hemos mencionado, el texto argumentativo, es decir, el acto de argumentar es el acto ilocutivo, mientras que la persuasión o convencimiento, que es lo que la argumentación pretende conseguir, son actos perlocutivos. Igual que otros actos de habla, la argumentación también está sometida a ciertas condiciones, llamadas condiciones de felicidad. Lo Cascio se inspira en las fases argumentativas propuestas por Van Eemeren y Grootendorst (Fase de apertura, confrontación, argumentación y cierre) y las categorías del modelo de Toulmin (*claim, data, warrant, qualifier, rebuttal* y *backing*). Estos conceptos le sirven al autor italiano para interpretar la organización de un argumento que para él es fundamental para valorar los méritos.

Lo Cascio (1998: 135) considera la gramática argumentativa distinguiendo un componente sintáctico-textual, que indica la formación lingüística, y un componente pragmático que indica las condiciones de uso en las situaciones comunicativas y los procedimientos valorativos. Cada argumentación ocurre dentro del marco pragmático.

Según él, identificar categorías y funciones del texto impulsa a un análisis del tipo generativo. Por el generativo el autor entiende:<sup>40</sup>

[...] en el sentido de una gramática basada fundamentalmente en el concepto de sistematicidad, jerarquía, recursividad, economía, ligamento o productividad, y como gramática que pretende formular reglas lo más generales posibles, distinguiéndolas de aquellas específicas y que forman los parámetros que caracterizan y distinguen una lengua particular de otra (Lo Cascio, 1998: 136).

Por lo tanto su gramática se preocupa por la organización lingüística del discurso argumentativo. Partiendo de la idea de que el discurso argumentativo, como una forma del lenguaje en uso, está sometido a ciertas reglas, Lo Cascio intenta establecer la gramática argumentativa que une enunciados o cadenas de enunciados que tienen cierta función en el discurso.

Primero se establece un conjunto de categorías fundamentales. Como ya se ha dicho, parte del modelo de Toulmin y lo mismo que el filósofo inglés, dice que hay tres elementos obligatorios para cada argumentación: el argumento, la regla general y la tesis o la opinión.<sup>41</sup> La categoría regla general debe ser siempre el puente semántico-lógico entre la opinión y el argumento. Aunque está semánticamente implicada siempre, no siempre aparece lexicalizada en el texto. Dentro de una argumentación pueden aparecer más argumentos y, en consecuencia, más reglas generales, para justificar la misma opinión. Dentro de un texto argumentativo múltiple, los argumentos presentados a favor de la misma opinión, a veces están justificados por las reglas generales distintas. Por lo tanto, puede decirse que la regla general está ligada a su argumento y que conjuntamente presentan la justificación y el núcleo de la argumentación y determinan la opinión propuesta.

*Juan no pudo haber hecho daño a María porque es su padre y es una persona dócil.*<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> La gramática generativa a menudo intenta identificar ideas universales o innatas, o procura proporcionar sobre todo reglas de gramaticalidad y buena formación de las secuencias lingüísticas.

<sup>41</sup> Corresponden a las categorías que Toulmin denomina *data*, *warrant* y *claim*.

<sup>42</sup> Ejemplo tomado de Lo Cascio, 1998, p. 137.

El primer argumento (ser padre de María) se basa en la regla general de que “en general los padres no hacen daño a sus hijos”. El segundo argumento “es persona dócil” se basa en la regla general distinta, “una persona dócil no es agresiva y por consiguiente no puede hacer daño a nadie”. Este es el ejemplo de la argumentación múltiple que es una suma de dos argumentaciones simples diferentes que conducen a la misma opinión.

Lo Cascio establece regla de formación mínima que supone que:

Una argumentación (ARG) está compuesta de una opinión (O) y de al menos una justificación (JS) de tal opinión ( $ARG = O + JS$ ). Toda justificación está compuesta de un A y de una RG que permite que A sea adecuado para la O con la que, dentro del nodo ARG, JS está relacionada (Lo Cascio, 1998, 139).

La gramática de argumentación de Lo Cascio es recursiva. Cada argumento se puede extender dado que cada argumento de una argumentación puede ser reescrito como argumentación y tener el mismo índice ( $ARG = O + JS$ ). Esto ocurre en la argumentación arracimada en la que cada argumento presentado a favor de una opinión se puede presentar como una opinión que se a de justificar.<sup>43</sup>

El calificador, la fuente, la reserva, el refuerzo y la alternativa son Categorías opcionales. Las categorías de calificador y de la fuente hacen la función de especificadores de las categorías obligatorias.<sup>44</sup> El calificador es una marca modal y puede tener un carácter deóntico (expresar la necesidad, la obligación) o el carácter epistémico (expresar la probabilidad, posibilidad). Estas marcas expresan el grado de seguridad o necesidad de la regla general de la validez o pertinencia de los argumentos usados. La fuente también caracteriza categorías obligatorias pero no a través de una sola palabra como, por ejemplo, el operador modal, sino a través de todo un enunciado.

---

<sup>43</sup> Van Eemeren y Grootendorst distinguen entre estructura compleja subordinante, estructura compleja coordinada (la estructura que presenta más de un argumento relacionados coordinadamente, pero todos ellos necesarios para la justificación de la conclusión) y la estructura múltiple (cada argumento por separado sería suficiente para justificar la opinión a defender) (2006: 28-29; 69-83). En la clasificación que propone Lo Cascio, la estructura que él llama arracimada es considerada por Van Eemeren y Grootendorst una estructura compleja subordinante. Además, dentro del acto lingüístico complejo define la argumentación múltiple, “argumentación compleja formada por una opinión y uno o más argumentos del mismo nivel coordinados entre ellos, a veces de naturaleza diferente, a favor o en contra de la opinión” (Lo Cascio, 1998: 102- 104).

<sup>44</sup> El calificador y fuente corresponden a las categorías que Toulmin denomina *qualifier* y *backing*.



La reserva tiene la función de indicar que, aunque a partir del mismo dato utilizado para llegar a la opinión sostenida, en la misma situación se puede llegar a conclusiones diferentes aplicando reglas generales distintas. Según Toulmin, es la declaración que reconoce las restricciones que se pueden aplicar a la tesis:

*Juan es una persona dócil; en consecuencia, no puede ser él quien asesinó a María. A menos que aquella tarde estuviera borracho.*<sup>45</sup>

El refuerzo es la categoría que se marca mediante indicadores de fuerza como *aunque, no obstante, sin embargo, si se tiene en cuenta que*, etc. Mientras que la reserva no sirve para reforzar la opinión sostenida, el refuerzo muestra que el argumento elegido es suficientemente fuerte para justificar la opinión defendida.

La alternativa o contraopinión tiene la función inversa a la reserva y sirve para proponer y privilegiar una conclusión alternativa, contraria con respecto a lo que se espera:

*Juan es una persona dócil; por lo tanto, no debería haber sido él quién asesinó a María. A pesar de ello, puesto que aquella tarde estaba borracho, pienso que es él el asesino.*<sup>46</sup>

Dado que la disposición de las categorías argumentativas y sus componentes no es arbitraria y el orden en que pueden presentarse es variable.

La cantidad de combinaciones admitidas está ligada a l rigor lógico y a la disponibilidad, en cada lengua específica, de estructuras capaces de indicar las funciones de los componentes argumentativos en las diferentes posiciones (Lo Cascio, 1991: 169).

Sin embargo, Lo Cascio establece unas reglas de distribución que permiten generar y formar estructuras argumentativas correctas.

---

<sup>45</sup> Ejemplo tomado de Lo Cascio, 1998, p. 150.

<sup>46</sup> Ejemplo tomado de Lo Cascio, 1998, p. 157.

La *regla de alternancia léxica* dice que de los dos componentes obligatorios, opinión y argumento, solo uno puede estar marcado por el indicador de fuerza y la *regla de la cadena argumentativa* propone que el primer indicador de un discurso argumentativo establece automáticamente una condición en la sucesión de los demás componentes.

A otras reglas que propone Lo Cascio y a los tipos de indicadores de fuerza nos referimos más adelante cuando empecemos el análisis de nuestro corpus, puesto que nos servirá como una herramienta útil para nuestro análisis.

### **1.3. Recapitulación de los conceptos teóricos**

En este capítulo hemos intentado revisar las teorías y estudios de la argumentación que consideramos que han tenido mayor influencia en la historia reciente del estudio de la argumentación y que consideramos de mayor importancia para nuestra tesis.

Creemos que hemos conseguido demostrar la evolución de la argumentación, desde sus orígenes hasta las teorías contemporáneas. Hemos empezado desde la lógica y retórica de Aristóteles, que es un enfoque normativo, oracional y que no toma en consideración el marco social. Tampoco supone una aproximación dialógica y su aproximación al estudio de la argumentación se centra en la argumentación como producto. Es decir, que presta atención en la validez de los argumentos y que llega a la conclusión a partir de una o más premisas.

El modelo de Toulmin, aunque también normativo y sin referencias al marco social, presenta un avance en el estudio de la argumentación dado que es enfoque discursivo con aproximación dialógica. Sin embargo, su aproximación también se centra en la argumentación como producto, aunque, a diferencia de los lógicos, no cree en la validez formal de los argumentos, porque, según él, solo es aplicable a los argumentos analíticos, que son poco comunes en la práctica. Toulmin propone un modelo que no respeta la orientación procedimental, es decir, los modos de codificación, decodificación o interacción argumentativa, sino que es únicamente un

sistema para la descripción del producto o del resultado de la argumentación. La solidez de la argumentación, según Toulmin, depende del grado en que la justificación (*backing*) permite garantizar las reglas generales (*warrant*).

Perelman y Olbrecht-Tyteca van un paso más adelante. Intentan describir técnicas de argumentación que se usan para conseguir la aprobación de los puntos de vista. Su teoría es más descriptiva que normativa, su enfoque es discursivo y la aproximación es dialógica aunque este punto ha sido criticado por algunos.

El auge de la pragmática no ha revolucionado solo el estudio del lenguaje en general, sino también el estudio de sus disciplinas y ámbitos en particular, como la argumentación. Hemos visto dos teorías de argumentación influidas por la pragmática, la argumentación radical de Anscombe y Ducrot y la argumentación pragmadialéctica de Van Eemeren y Grootendorst, que a pesar de tener la pragmática como punto de partida, son radicalmente distintas entre sí. El trabajo de Anscombe y Ducrot se centra más en el contexto lingüístico y en la estructura interna del discurso, a diferencia de la pragmática anglosajona, que se centra en la adecuación de los enunciados a la situación externa. La teoría de Van Eemeren y Grootendorst es la primera que toma en consideración el marco social. Lo pragmático de este enfoque es que los pasos en la resolución de las diferencias de opinión se conciben como, actividades verbales, actos de habla llevados a cabo en un contexto específico. La argumentación así concebida podrá tratar todo lo que es situacional o conversacional.

Desde el punto de vista de la psicología, la argumentación se estudia a partir del análisis de los procesos cognitivos que subyacen a la producción y comprensión del discurso argumentativo. Un grupo de lingüistas han tomado el enfoque socio-cognitivo en el estudio del discurso tomando discurso como una manifestación social que está determinado por las representaciones cognitivas que tenemos de la realidad en la que vivimos.

Al final hemos visto la propuesta de Vincenzo lo Cascio y su enfoque lingüístico para estudiar la argumentación que está relacionado con la idea de la gramática generativa de Chomsky. Su aproximación refleja la necesidad de despertar

interés por la argumentación y consideraimprescindible tener competencia lingüística y entender cómo funciona el discurso argumentativo para argumentar y para descifrar la organización textual de la argumentación de los otros.

Hemos hecho un recorrido desde las perspectivas lógico-retóricas hasta las teorías contemporáneas que conciben la argumentación como un fenómeno social, discursivo y dialógico. Aunque algunas teorías se centran demasiado en la validez de los argumentos que forman parte del razonamiento; algunas no toman en consideración los factores extralingüísticos que rodean la argumentación; y otras tienen una concepción distinta de lo que es forma dialógica; pero creemos que nos van a servir para analizar los textos argumentativos del nuestro corpus de una manera profunda y sistemática.

A continuación intentaremos acercarnos al estudio de la argumentación desde el punto de vista discursivo.

## 2. LA ARGUMENTACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DISCURSIVO

Ya lo hemos mencionado en las páginas anteriores que nuestro objetivo es abordar la argumentación de las columnas periodísticas desde el punto de vista lingüístico y discursivo. El estudio del discurso argumentativo ha estado siempre muy vinculado a la tradición retórica y, por tanto, más centrado en el análisis de los mecanismos de persuasión que en las características lingüísticas de la argumentación. En los últimos años, la argumentación se estudia cada vez más desde un punto de vista lingüístico pero en dos ámbitos bien diferenciados. Por un lado se trata de la identificación de las características propias de este tipo de texto y, por el otro lado, se trata de la identificación de una superestructura o secuencia discursiva global característica. Es decir, como ya hemos adelantado en la introducción, la argumentación se estudia como un tipo de discurso y como una característica de algunos elementos que se pueden identificar en el nivel de enunciado e independientemente del tipo de texto.

A lo largo de la historia, la clasificación de los diferentes tipos de textos se ha basado en distintos criterios. Algunos han utilizado criterios funcionales (Grosse, 1976; Halliday, 1975; Longacre y Levinson, 1978), otros criterios enunciativos (Simonin-Grumbach, 1975; Bronckart, 1985), en criterios lingüísticos (Biber, 1985, 1986, 1989), en bases cognitivas textuales (Werlich, 1975), en esquemas que organizan el texto (Van Dijk, 1978) o en criterios cognitivos (Heinemann y Viehweger, 1991).<sup>47</sup> También hay que mencionar que no hay una distinción precisa en el uso de la terminología ni en el significado de conceptos como texto, discurso o género. Por eso, primero intentaremos revisar esos conceptos y luego intentaremos situar el periodismo de opinión dentro del ámbito de la argumentación y relacionarlo con la argumentación directa.

---

<sup>47</sup> Estas distinciones se toman de Calsamiglia y Tusón, 2008: 253.

## 2.1. Texto, discurso, género, registro, tipo de texto

Según Van Dijk (2000a: 22-23) existen tres dimensiones principales del concepto del discurso:

- El discurso es una forma de *uso del lenguaje*.
- El discurso es una forma de *la comunicación de creencias*. Las personas utilizan el lenguaje para expresar emociones o como parte de sucesos sociales más complejos (con amigos, en el trabajo, en la escuela, o cuando leen o escriben una noticia periodística).
- *La interacción*. Al usar el lenguaje los participantes interactúan y el discurso llega a ser una interacción verbal.

Algunos lingüistas asocian el análisis del discurso con la oralidad y la lingüística del texto con los textos escritos. Van Dijk(2000a: 24) propone que las dos modalidades del discurso, oral y escrita, se incluyen en una misma noción general del “discurso”. Y precisa que, aunque el término “texto” se aplica preferentemente al producto de escritura y el término “conversación” al producto del acto de hablar, el análisis del discurso estudia la conversación y el texto en contexto.

Van Dijk (2000a: 25) distingue entre el término “discurso en general” que es “el discurso como un suceso de comunicación” y “discurso” de manera más concreta “para hacer referencia a diversos ejemplos concretos de texto o de conversación”. Por ejemplo, “discurso político”, “discurso médico” o “discurso periodístico”. Es decir, hay una distinción entre el discurso como “un tipo de fenómenos social en general” y “el uso específico que hacemos de él cuando nos ocupamos de un ejemplo concreto o un *ejemplar* determinado de texto o de conversación” (Van Dijk, 2000a: 25).

Para Bernández (1995: 137-139), el texto es un concepto estático, mientras que el discurso es más dinámico. Según Bernárdez el texto es un sistema complejo, dinámico y abierto. Es complejo porque está compuesto por la interacción de varios subsistemas, es dinámico porque se desarrolla en el tiempo y varía con el tiempo. El

texto no es solo un producto final sino también incluye los procesos que lo han construido. Es abierto porque está condicionado por los factores externos. El texto está constituido por elementos verbales combinados, que forman una unidad comunicativa, intencional y completa (Calsamiglia y Tusón, 2008: 3).

Para Luis Núñez Ladevéze (1993a: 291) el texto está compuesto de diferentes niveles, “en una construcción en torno al andamiaje de una estructura compleja”:

- El sema: “mínima unidad de variación significativa”.
- La palabra: “mínima unidad combinable de significado”.
- La oración: “la mínima unidad de predicación interpretable fuera de la situación”.
- El texto: “la mínima unidad temáticamente cerrada cuyos componentes son interpretables combinatoriamente, independientemente de la situación de comunicación en que se emite”.

En esta tesis consideramos que el texto es el medio a través del cual el discurso se realiza lingüísticamente. En palabras de Armañanzas y Díaz Noci (1996: 32), “Un acto lingüístico [...] es la construcción del discurso o texto, entendido este último como un tipo particular de discurso (el discurso verbal escrito, por regla general)”.

Al mencionar los conceptos de discurso y texto, hay que mencionar también el concepto del contexto que tiene un papel fundamental en la descripción y la explicación del discurso. Los críticos retóricos consideran los textos como unidades pragmáticas ya que el texto responde a ciertos temas o problemas propios de una sociedad, o interactúa con ellos y produce cierta acción o cambio en el mundo (Gill, Ann y Karen Whedbee, 2000: 239).

La situación limita y modela directamente el carácter del discurso. Para Van Dijk (2000a: 45) el contexto es “la estructura de todas las propiedades de la situación social que son pertinentes para la producción o recepción del discurso”. Del mismo

modo que el contexto puede influir sobre el discurso, el discurso también puede influir o modificar las características del contexto. Para el estudio del periodismo de opinión los elementos contextuales son indispensables y esenciales. Aunque no aparece de forma explícita, el mensaje del texto no será completo sin que obre el contexto. Así se completa el ciclo comunicativo dado que el texto no se completa en el momento de la producción, codificación y emisión, sino en el momento de la recepción, decodificación e interpretación (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 33). Dicho de otro modo, es el contexto lo que permite que el texto emitido sea correctamente entendido e interpretado. Tanto el periodista como el lector interpretan el mundo y reconstruyen la realidad. El entendimiento de un texto de opinión es un proceso en el que “desempeñan el papel importante los conocimientos previos, las suposiciones sobre las intenciones del hablante, los criterios, las posturas existentes, los deseos y los proyectos”, es decir, el contexto (Van Dijk, 1983a: 163).

El pensamiento humano tiende a comprender la realidad que le rodea estableciendo tipologías y clasificaciones. El estudio de la actividad discursiva no se escapa de esta tendencia dado que solo a través de la división y el contraste somos capaces de entender la globalidad de los fenómenos (Calsamiglia y Tusón, 2008: 241).<sup>48</sup>

El concepto de género procede de la retórica clásica.<sup>49</sup> Fue la retórica clásica que primero estableció la clasificación de géneros discursivos no literarios. Aristóteles parte de los discursos orales y que se dan ante audiencia, es decir, en la vida social pública y en su Retórica distingue entre tres tipos de discursos:

- El deliberativo o político se refería a lo que era más o menos útil para el perfeccionamiento de la vida en la sociedad. Tiene como finalidad aconsejar o disuadir.

---

<sup>48</sup> Las autoras advierten que aunque las tipologías pueden facilitar la comprensión de los fenómenos, también pueden dar una visión deformada de ellos si se aplican de forma acrítica a los fenómenos nuevos. Siempre hay que tener en cuenta variaciones socioculturales dado que lo que se considera un tipo muy claro en un determinado contexto social puede ser menos claro en otro contexto social (2007: 241).

<sup>49</sup> La *Poética* de Aristóteles se considera el primer intento de lo que luego ha sido la teoría de los géneros. El filósofo griego parte de la tendencia humana a la imitación (*mimesis*); la poesía, la tragedia, la comedia son maneras diferentes de imitar las acciones. A partir de Aristóteles, el concepto de género ha servido para clasificar las obras literarias, comprender su función y analizar sus efectos en el público.



- El judicial o forense que se refería a lo que era justo e injusto. Su objetivo es acusar o defender algo o a alguien.
- El epidíctico o demostrativo que se desarrollaba en elogios y censuras de algo. Su finalidad primordial es la de elogiar o aprobar.

Lo que es obvio en esta clasificación es la relación entre los géneros discursivos y la función que desempeñaban en la sociedad dado que en la antigua Grecia la vida institucional pública y el papel que la oratoria tenía en la sociedad eran de mayor importancia. Como ya hemos mencionado, Aristóteles parte de los discursos orales y que se dan ante audiencia, pero con el paso de tiempo las propuestas de la retórica se desplazan poco a poco al discurso escrito artístico, es decir, la literatura. Sin embargo, mientras la retórica fue un instrumento para la creación y la actuación discursiva ante una audiencia, en su aplicación a la literatura se convirtió en un instrumento de análisis, clasificación y crítica. En el caso de nuestro trabajo, nos situamos en el ámbito de los medios de comunicación de masas, en el de la prensa escrita en particular y por tanto es el terreno del discurso del elogio y la censura.

Según Bajtín (1990: 956), “los géneros discursivos organizan nuestro discurso casi de la misma manera como lo hacen las formas gramaticales (sintácticas)”. El género está condicionado por los temas, la estructura interna, el registro y la relativa estabilidad de todo ello dado que los cambios históricos en la lengua influyen y provocan cambios en los géneros discursivos.

Una función determinada (científica, técnica, periodística, oficial, cotidiana) y unas condiciones determinadas, específicas para cada esfera de la comunicación discursiva, generan determinados géneros, es decir, unos tipos temáticos, composicionales y estilísticos de enunciados determinados y relativamente estables (Bajtín, 1982: 252).

Mainueneau (1996: 44) establece restricciones definatorias de un género: el estatus respectivo de los enunciadore y coenunciadore; las circunstancias temporales y locales de la enunciación; el soporte y los modos de difusión; los temas que se pueden introducir; la longitud, el modo de organización y etc. Según él los géneros se pueden ver “como actividad más o menos ritualizadas que solo pueden desplegarse legítimamente y tener éxito si se conforman a las reglas que las constituyen”.

Kress prefiere distinguir entre discurso y género. “Discourse carries meanings about the nature of the institution from which it derives [...] Genre carries meanings about the conventional social occasions on which text arise” (Kress, 1990: 20). Nosotros tomamos la postura de Kress y de Van Dijk y lo que nos interesa en esta tesis es el discurso periodístico y dentro de él vamos a distinguir varios géneros.

Como dicen Armañanzas y Díaz Noci (1996: 42), “los géneros, que no son más que convenciones necesarias y útiles, pero convencionales al fin y al cabo, sirven para orientar al lector acerca de aquello que puede esperar del texto, a través no sólo del fondo sino también de la forma”.

El periodismo como un método de la interpretación social tiene como objetivo primordial informar a los miembros de una comunidad sobre los acontecimientos que ocurren en la sociedad en la que viven (Gomis, 1987). Según la definición del DRAE periodismo es “captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades”. La prensa siempre ha servido para dar a conocer qué pasa y para que un autor diga lo que piensa. El periodista es un intérprete de la realidad que construye unos textos persuasivos de cuya interpretación por parte del lector dependerá la lectura de esa realidad en un determinado sentido o en otros (Herrero, 1996: 47).

La mayoría de los estudiosos de periodismo distinguen tres grandes modalidades o actitudes periodísticas.<sup>50</sup>

- La actitud informativa. El periodismo informativo tiene como objetivo principal narrar y explicar acontecimientos. En este género destacan la noticia como el máximo representante y el reportaje.
- La actitud interpretativa. Interpretación periodística no solo transmite los hechos sino que explica las circunstancias que los rodean. En este género encontraremos

---

<sup>50</sup> Gutierrez Palacio (1984); Gomis (1987); Van Dijk (1990); Bell (1991); Martínez Albertos, (1993); Fairclough (1995); Armañanzas y Díaz Noci (1996); Abril Vargas (1999); Santamaría (1990), (1997), (2000).

la información y los juicios valorativos y personales pero desde el punto de vista objetivo. En este género destacan la crónica y el reportaje.

- La actitud opinativa. El periodismo de opinión expone unas ideas, las argumentan y trata de persuadir sobre algo a sus lectores. En este género destacan el artículo, el editorial, la columna, el comentario, el suelto o glosa, la crítica y las cartas de los lectores.

No obstante, hay que tener en cuenta que la división entre información y opinión, por mucho que parezca obvia, muy pocas veces aparece de forma pura en los textos periodísticos. Está claro que el peso de una u otra será mayor dependiendo del género de que se trata. En definitiva, la mayoría de los géneros se complementan entre sí de manera que la noticia, el género informativo por excelencia, se complementa con el reportaje, que es un género más complejo e incorpora elementos interpretativos. De la misma manera, los géneros de opinión ofrecen elementos interpretativos y ofrecen a los lectores una reflexión más profunda que la información.

Como hemos visto, partiendo del mismo material básico se ofrecen a los lectores determinadas representaciones sociales de la realidad, mediante distintas construcciones textuales, unas que se centran en los acontecimientos (textos informativos) y otras que se centran en una determinada manera de ver las cosas (textos de opinión) y así representa dos modalidades opuestas dentro del discurso periodístico.

El concepto de género muchas veces se confunde con el concepto de registro, según el enfoque lingüístico que se toma. El concepto de registro es propio de la sociolingüística y los estudios de variación. “Sirve para definir el uso de la lengua en una unidad comunicativa, de acuerdo con la situación en que se encuentra el hablante” (Calsamiglia y Tusón, 2008: 315-316). Inicialmente propuesta por Halliday, en los años sesenta se ha ido modificando y especificando en los trabajos posteriores. Halliday propone tres variables contextuales que conforman el registro: *field* (campo), *tenor* (tenor) y *mode* (modo).<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> En Halliday y Hasan (1976: 22) y Halliday (2004: 631).

- El campo es el factor de la situación que se refiere a la esfera de actividad, describe la acción social que produce el texto, el objetivo del hablante o el escritor al producir el texto y la temática tratada. “Es el evento total en el que funciona el texto, juntamente con la actividad intencional del hablante o escritor; incluye, por tanto, el tema como uno de sus elementos” (Halliday y Hasan, 1976: 22).
- El tenor es el factor de la situación que se refiere a las personas, su identidad, su estatus, la relación entre ellos. “Se refiere al tipo de interacción de roles, el conjunto de relaciones relevantes socialmente, sean permanentes o temporales, entre los interlocutores” (Halliday y Hasan, 1976: 22).
- El modo se refiere a las diversas formas de transmisión del mensaje y su función. “Es la función del texto en el evento, incluyendo, por tanto, el canal que adopta el lenguaje –hablado o escrito, atemporal o preparado- y su género o modo retórico, como narrativo, didáctico, persuasivo, etc.” (Halliday y Hasan, 1976: 22).

El uso apropiado de los textos en situaciones comunicativas requiere una interrelación entre género y registro. Como el género es una actividad más o menos ritualizada y culturalmente aceptada, impone sus límites a los registros. Por lo tanto, dentro de un mismo género puede haber textos distintos en cuanto al registro y sus variables.

Ahora vamos a situar los textos con los que vamos a trabajar en esta tesis dentro del sistema de las tres variables del registro:

- El campo serán las columnas de opinión de los dos periódicos españoles, *El País* y *ABC* que tratan sobre cualquier tema de la actualidad. Tal como veremos a continuación las columnas se consideran prototipos dentro del género de opinión.
- El modo es escrito y como ya mencionamos antes, tienen el mismo objetivo y la misma función, la de formar opinión a través de los textos de opinión que

comentan explícitamente unos acontecimientos de la actualidad y pretenden influir en el lector.

- En cuanto al tenor, se trata de un perfil concreto de autores, el columnista, que en nuestro caso son autores españoles conocidos y reconocidos.

Además, no hay que olvidar la figura del receptor, los lectores que son un pilar importante en la creación de cualquier discurso. En los libros de estilo de los periódicos que forman parte de nuestro corpus, *El País* y *ABC*, se hace referencia a lectores hablando de uso del idioma. En libro de estilo de *El País* se dice que al redactar cualquier noticia, el propósito es comunicar hechos e ideas a un público heterogéneo, mientras que los redactores de *ABC* deberían utilizar siempre un vocabulario que resulte accesible al lector medio (Fernando Martínez y otros, 2000: 72-77).

Por tanto, al analizar columnas de cuatro escritores distintos y, además, de dos periódicos de orientación distinta, pero con la misma finalidad, la de persuadir a los lectores de su punto de vista, hemos de suponer que habrá diferencias en la expresión de ideas, su realización lingüística y las formas en las que se dirigen a sus lectores.

Finalmente nos queda ocuparnos de la definición del concepto de tipo de texto. Uno de los objetivos de los estudios del texto ha sido la clasificación de los textos según el tipo. Los lingüistas de la lingüística textual se han preocupado por ese asunto. Ya hemos mencionado en la introducción de este capítulo que varios autores parten de distintos criterios a la hora de definir tipos de textos y los diferentes criterios determinan la tipología de textos. La mayoría de autores asocian la tipología textual con las funciones textuales que ejercen, como, por ejemplo, narrar, argumentar, etc. que es un criterio de la *Retórica* de Aristóteles.

Aunque el concepto de tipo de texto es todavía polémico, parece que los usuarios del lenguaje poseen un conocimiento intuitivo de los tipos de textos que les permite producir y comprender distintos textos en situaciones comunicativas concretas.

En la tipología de textos de Heineman y Viehweger, recomendada por Bernárdez (1995: 180), se proponen siete razones que están a favor de la existencia de los tipos de textos.

1. Los hablantes poseen un conocimiento de tipos de texto que les permite producir y comprender textos adecuados a situaciones concretas de comunicación.
2. Los hablantes son capaces de repetir un mismo texto en diferentes situaciones comunicativas sin utilizarlas mismas estructuras textuales y sintácticas ni el mismo vocabulario (cada día los periódicos publican un editorial distinto y distintas columnas de diferentes autores).
3. Los hablantes son capaces de organizar los textos y asignarles etiquetas. Por ejemplo, los hablantes son capaces de identificar la noticia, el editorial de un periódico, las columnas y diferenciar uno del otro.
4. Para muchos textos hay señales características, como expresiones típicas, principios de organización, etc. que pueden tener función indicadora del tipo de texto.
5. Los hablantes saben que a un tipo de texto convencional le corresponden determinados contenidos temáticos o funciones comunicativas. Por ejemplo, una carta íntima trata de temas personales, asuntos de los que un artículo de opinión no habla nunca.
6. Los hablantes de una comunidad pueden identificar errores de clasificación de los textos, así como indicar que se produce un cambio de tipo de texto (*estimado Señor López; había una vez..., etc.*).
7. “Los esquemas textuales o las estructuras textuales globales son resultado y precondition de la actividad lingüística de una comunidad humana”.<sup>52</sup>

Tradicionalmente las tipologías textuales se han basado en dos criterios (Bernárdez, 1982: 215-216):

---

<sup>52</sup> Clasificación y distinciones Heinemann y Viehweger, 1991: 129-131.

- Unos criterios se basan en las características externas de los textos. Los textos se clasifican según su función o según la situación comunicativa en la que se utilizan: medio de comunicación, expectativas, normas, convenciones sociales, etc. Por ejemplo, tal es la tipología que se intenta en el marco de la gramática sistémico-funcional. "El análogo no lingüístico más próximo a un texto no es una fórmula lógico-matemática, sino un evento social no verbal. Un texto es un evento social cuyo modo primario de manifestación es lingüístico" (Halliday, 1978: 229). Siendo fundamentalmente un fenómeno social, el texto viene determinado en gran parte por otros fenómenos también sociales, llamados situación.
- Otros criterios se basan en las características internas del texto. Esta clasificación está relacionada con la forma, el contenido o las características lingüísticas de los textos. Este tipo de clasificación ha sido criticada dado que es muy difícil encontrar un texto en que aparezca solo una forma de discurso. "[...] debido a que el elemento pragmático/externo es absolutamente fundamental para la comprensión del texto, una tipología basada en criterios exclusivamente "internos" no tendría grandes posibilidades" (Bernárdez, 1982: 216).

No obstante, las tipologías de textos han persistido. Una de las que más aceptaciones ha tenido en estudios posteriores es la clasificación de Werlich. Según Werlich (1975: 39) un tipo de texto es "[...] an idealized norm of distinctive text structuring which serves as a deep structural matrix of rules and elements for the encoder when responding linguistically to specific aspects of his experience". Él por ejemplo, propone el concepto de base textual y distingue cinco modelos básicos: base descriptiva, base narrativa, base expositiva, base argumentativa y base directiva. Cada uno de estos tipos de textos se manifiesta a través de un número de formas textuales diferentes. Su tipología se basa en criterios contextuales y cognitivos.

Los criterios contextuales de un texto se pueden clasificar según determinados procesos cognitivos de categorización textual. Las características textuales se derivan de la percepción en el espacio, la percepción en el *continuum* del tiempo, comprensión de ideas (conceptos), juicios y proyectos de comportamiento futuros, etc., y de cada una de estas subclasificaciones. Por lo tanto, el foco contextual se convierte en los que hemos

denominado base de clasificación, mientras que las otras características típicamente textuales asignadas a los tipos de texto actúan como especificaciones. Su propuesta combina lo que corresponde al orden cognitivo (modos de abordar la realidad) con el orden lingüístico (modos de representar la realidad).

Para Werlich (1975: 40), la argumentación es un tipo de texto que tiene que ver con el proceso cognitivo de juzgar un problema y distingue dos formas de texto argumentativo. Una es el comentario, donde la argumentación se desarrolla desde un punto de vista subjetivo (las columnas, los comentarios); y otra es el texto científico en el que la argumentación se desarrolla desde el punto de vista científico, como, por ejemplo, en los artículos científicos.

La idea de que las bases textuales se organizan en secuencias la recoge más tarde en su propuesta de secuencias textuales prototípicas Adam (1992)<sup>53</sup>. Igual que Werlich, Adam también distingue cinco tipos de secuencias: la secuencia narrativa, la secuencia descriptiva, la secuencia explicativa, la secuencia argumentativa y la secuencia dialogal.<sup>54</sup> Para determinar a qué tipo pertenece el texto hay que identificar las secuencias y sus combinaciones, la dominancia de unas sobre otras y el tipo de relación que se establece, dado que en la mayoría de textos las secuencias pueden aparecer combinadas (Calsamiglia y Tusón, 2007: 257).

Werlich (1975: 112) también afirma que existen textos mixtos aunque hay siempre un prototipo de texto que es predominante. Así, en un artículo de periódico es posible encontrar instrucción al lado de argumentación.

Según Biber (1989) lo que hace que cada tipología textual demuestre unos rasgos lingüísticos es que primero se aíslan diferencias funcionales importantes entre los textos y después se intenta identificar las características lingüísticas asociada con dicha

---

<sup>53</sup> Así se destaca en Calsamiglia y Tusón (2008: 254).

<sup>54</sup> En su primera propuesta Adam (1985) distinguía ocho tipos de textos: narrativo, descriptivo, instructivo, expositivo, predictivo, argumentativo, conversacional y retórico. En su trabajo posterior, Adam (1990) propone que es mejor hablar de secuencias textuales que de tipos de textos teniendo en cuenta que es difícil encontrar textos “puros” y diferencia seis que corresponden a los anteriores con excepción del texto retórico y del predicativo. En su propuesta más reciente (1992) reduce el número de las secuencias textuales a cinco excluyendo ahora el instructivo.



función. Por lo tanto, como ya lo hemos mencionado, parece que las tipologías que se basan exclusivamente en las características internas no son suficientes para caracterizar un tipo de texto. Biber (1989: 5) propone que los textos se caracterizan primero desde el punto de vista de sus características lingüísticas y después que se interpreten desde el punto de vista funcional.<sup>55</sup> Por lo tanto, la clasificación de textos según Biber tiene como fundamento los criterios lingüísticos y funcionales.

Text types are identified quantitatively such that the texts in a type all share frequent use of the same set of cooccurring linguistic features. Because cooccurrence reflects shared function, the resulting types are coherent in their linguistic form and communicative functions (Biber, 1989: 6).

Es importante distinguir entre el concepto de género y el concepto de tipo de texto dado que distintos textos desde el punto de vista lingüístico dentro de un género pueden representar distintos tipos de textos, mientras que los textos similares desde el punto de vista lingüístico pero de distintos géneros pueden pertenecer al mismo tipo de texto.<sup>56</sup> Por lo tanto la argumentación como un tipo de texto no está vinculada a un género determinado. Como ya hemos visto en el capítulo anterior, para Anscombe y Ducrot la argumentación está en la lengua, es su característica inherente. Para Van Eemeren y Grootendorst los argumentos son unidades funcionales cuyo uso depende del hablante y su intención persuasiva. Los argumentos son actos de habla y funcionan así dentro del marco de una situación comunicativa.

Text genres are institutional units, more or less determined by tradition, which are primarily linked to specific socio-cultural contexts and not to particular intentions of language users. [...] Illocutions are functional units, determined by pragmatic rules, which are primarily linked to specific intentions of language users and not to particular socio-cultural contexts.” (Van Eemeren y Grootendorst, 1984: 8)

Por lo tanto, la argumentación no tiene una forma determinada. Puede darse en varias formas desde un texto escrito, sea un editorial, una columna o una crítica de teatro, publicidad hasta una conversación cotidiana, una discusión oral, formal o informal, un debate. También aparece junto con otras secuencias discursivas,

---

<sup>55</sup> “The types are first identified on the basis of their linguistic characteristics and only subsequently interpreted functionally” (1989: 5).

<sup>56</sup> “Linguistically distinct texts within a genre represent different text types; linguistically similar texts from different genres represent a single text type” (Biber, 1989: 6).

narraciones, explicaciones, etc. que funcionan como argumentos o refuerzan la función persuasiva.

En este punto, puede ser útil mencionar a Smith (1985: 240-245) y la importancia que da él al marco discursivo (*discourse framework*) en que un texto se produce. El *discourse framework* de un texto está compuesto de las actitudes y el propósito del hablante con respecto al tema y a la audiencia y, por el otro lado, de la situación particular lingüística y extralingüística en el que el texto se produce. La interacción de estos elementos determina rasgos lingüísticos que aparecen en un texto. Este concepto del *discourse framework* funciona como un sistema de círculos concéntricos dado que la función de cada uno se subordina al objetivo general del texto. Este sistema de círculos concéntricos nos puede ayudar de entender la existencia de secuencias narrativas o expositivas dentro de un texto argumentativo dado que su función es subordinada al objetivo primordial del texto argumentativo, argumentar a favor o en contra de algo y así intentar persuadir a los lectores del punto de vista expuesto.

Además, el concepto del marco discursivo nos puede servir para entender los textos del nuestro corpus. De hecho, todos los textos del corpus comparten el mismo marco discursivo. Comparten la misma situación contextual (la sección de opinión), se dirigen al mismo público (los lectores del periódico), tienen el mismo fin (persuadir a los lectores). Lo que sí que los diferencia son los puntos de vista de cada autor, las opiniones expuestas, la actitud interpretativa de la realidad y la ideología y es lo que vamos a intentar demostrar y atribuir a los autores y asignar a sus respectivos medios, *El País* y *ABC*. O no, porque las diferencias de expresión, de argumentación y de exposición no dependen ni de la ideología ni de medio donde se publican sino de las condiciones de estilo de cada autor.

A continuación intentaremos describir la estructura global de los textos argumentativos.

## 2.2. La estructura global de los textos argumentativos

El periodismo es una forma de codificar y enviar información que normalmente se plasma en construcciones discursivas. Los textos periodísticos, informativos o de opinión, son textos retóricos, en los que se produce el proceso discursivo, *discourse processing*, según Van Dijk (1983a: 125). En este proceso discursivo el hablante o el escritor solo puede producir una palabra a la vez y una frase tras otra. “When he orders these single words into sentences, and those sentences into texts, he confronts what has come to be called the ‘linearisation problem’” (Brown and Yule, 1983: 125).

Dado que los textos argumentativos son muy complejos por su naturaleza, para conseguir el fin comunicativo y para que el texto tenga éxito, la organización del texto y la organización de las ideas que quiere comunicar tiene un papel importante.

En el periodismo de opinión se parte de una información verdadera o verosímil y se someten luego los datos a una transformación o interpretación. Así el autor a través de su propia visión de los hechos intenta convencer de que la interpretación que él propone es que el lector debería aceptar. “El texto periodístico de opinión es una macroestructura bajo cuyo manto se alojan y conviven diferentes elementos, partes de un todo, cuya unidad les es conferida por un objetivo lógico” (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 35).

A diferencia de géneros informativos, los géneros de opinión tienen una estructura más libre, es decir, esos elementos se organizan de un modo menos fijo que en las noticias. Roger Fowler dice que hay múltiples maneras de decir las cosas.

“There are always different ways of saying the something, and they are not random, accidental alternatives. Differences in expression carry ideological distinctions (and thus differences in representation)” (Fowler, 1991: 4).

Desde la retórica clásica y poética hasta las teorías contemporáneas del discurso se ha sugerido que ciertos tipos de discurso exhiben estructuras convencionales que van más allá de las estructuras gramaticales. Según Hoey (1991) existen dos líneas principales en el estudio de la organización global de un texto:

- Un enfoque estructural, cercano a la gramática y la lingüística del texto. Se supone que los textos tienen una estructura global convencionalizada y reconocida por los miembros de la sociedad. Los textos están formados por unidades que se combinan respetando reglas lo que permite saber qué combinaciones son posibles. Hoey llama a los estudiosos que parten de esta postura ‘*story grammarians*’ dado que en su intento de describir maneras en que se organizan los textos aplican los principios de la gramática generativa transformacional.
- Un enfoque más funcional dentro de la línea del análisis del discurso supone que los textos manifiestan un modelo de organización global. Sin embargo, este modelo no es lo mismo que la estructura dado que no es posible predecir combinaciones entre unidades. Estas estructuras se consideran como patrones populares de la organización. Aunque el número de posibles patrones de organización es ilimitado, el número de relaciones es limitado (Hoey, 1991: 29).<sup>57</sup>

Dentro del enfoque estructural destaca el trabajo de Van Dijk.<sup>58</sup> La estructuración del texto en macroestructuras y microestructuras que propone Van Dijk parece operativa en la descripción de la estructura de los textos argumentativos y, en general, el discurso periodístico.<sup>59</sup> Estas clases de estructuras están relacionadas y se determinan mutuamente.

Muchos tipos de discursos tienen una organización global que Van Dijk llama superestructura.<sup>60</sup> Es “la estructura global que caracteriza el tipo de un texto [...] un tipo

---

<sup>57</sup> “[...] Speakers and writers normally provide, and listeners and readers perceive, pattern in text, but it is provided, not obligatory. ‘These structures’ may be thought of as cultural popular patterns of organization and are amenable to description in terms of semantic relationships between clauses and groups of clauses” (Hoey, 1991:29).

<sup>58</sup> También es importante el trabajo de Grimes (1984) entre muchos otros que por límites de espacio no vamos a abordar.

<sup>59</sup> Van Dijk (1977), (1980), (1983b), (1984b), (1990).

<sup>60</sup> Van Dijk (1980: 110-111) también distingue cuatro metacategorías generales: *introducción, problema, solución, evaluación y conclusión*. Los denomina metacategorías porque no se refieren a las categorías del discurso específico, sino en el sentido más general.

de esquema abstracto, que establece el orden general del texto y se compone de categorías que se combinan basadas en reglas convencionales” (Van Dijk, 1983a: 144). Superestructura es “la manera como se organiza y clasifica el contenido- la macroestructura- en un número de categorías convencionales que tienen una naturaleza jerárquica” (1983b: 85). Según las palabras del propio Van Dijk, la superestructura es la “sintaxis” del discurso periodístico (1978: 165; 1983b: 93). Él estudia la superestructura de la narración y de la argumentación, siendo su objeto de estudio la noticia periodística y los artículos científicos publicados en las revistas de psicología. Dice que el esquema básico de las estructuras argumentativas es la secuencia *hipótesis (premisa) - conclusión* y que se manifiesta tanto en las argumentaciones formales como en las informales, cotidianas, como por ejemplo, las conversaciones familiares de cada día.

Para definir la estructura del texto argumentativo propone que la hipótesis puede dividirse en distintas categorías, igual que en la doctrina clásica de la argumentación se hacía diferencia entre la premisa mayor y la premisa menor. Para denominar las categorías, Van Dijk parte de la terminología de Toulmin (1958).<sup>61</sup> Para explicar la estructura argumentativa debería existir una base para relacionar las conclusiones con las circunstancias en las que se basa la conclusión. La premisa consiste en un marco (*setting*) y hechos (*facts*). En el marco se especifica en qué consiste el argumento y qué objetos y nociones están implicadas, es decir, cuál es la situación y los hechos especifican los estados o circunstancias relacionados con la situación sobre la que se argumenta, que el hablante considera verdaderos y aceptables para el oyente. Si los hechos contienen información que no es aceptable para el oyente, puede que se requiera una elaboración del argumento. Para poder derivar una conclusión de unas premisas determinadas, se necesita una garantía (*warrant*)<sup>62</sup> que no es otra cosa que una afirmación de tipo general que establezca la relación entre premisas y conclusión, es decir, una autorización para llegar a una conclusión determinada. Garantías a veces necesitan un refuerzo (*backing*).

---

<sup>61</sup> A pesar de tomar como punto de partida el estudio de Toulmin, Van Dijk se centra más en el esquema global de las estructuras argumentativas que en el aspecto lógico o filosófico del razonamiento.

<sup>62</sup> Van Dijk la denomina *legitimidad de la argumentación* (1978: 159).

La superestructura de los artículos es un poco más compleja dado que está compuesta de *report* (informe) y *applications* (aplicaciones) (Van Dijk, 1980: 120). Las categorías de *problema* y *solución* están dentro de informe, y la aplicación, aunque está fuera de informe, contiene la información que indica por qué la información es relevante para todos los propósitos.

Sin embargo, Van Dijk no caracteriza la superestructura de los editoriales y los artículos de opinión, aunque invita a los investigadores a hacer un análisis de las superestructuras de estos tipos de textos, pero advierte que no todos los tipos de discursos tienen estructura fija, como, por ejemplo, la publicidad, cartas personales o poemas modernos. "Conventions will of course be established only for those discourse types which occur frequently and which require effective production and comprehension by means of fixed shemata" (Van Dijk, 1980: 109).

Van Dijk señala también que la estructura del texto argumentativo puede estudiarse más allá de las categorías convencionales de hipótesis y conclusión:

La estructura canónica de las argumentaciones puede modificarse sobre la base de las transformaciones: determinados puntos de partida pueden quedar implícitos (dependiendo del contexto), y una justificación también puede seguir a una aseveración expresada anteriormente, cuando es evidente que esta aseveración es una conclusión del hablante. Cuando se argumenta indirectamente puede ser suficiente nombrar una circunstancia dada y ya una conclusión en sí. [...] Sobre la base de texto y contexto, y aún más sobre la del conocimiento general, el oyente podrá sacar sus propias conclusiones (Van Dijk, 1983a: 161).

El siguiente nivel que propone es un nivel de macroestructuras semánticas.<sup>63</sup> Son "explicaciones teóricas de significados globales, temas, asuntos del texto" (Van Dijk, 1983b: 93). La macroestructura nos permite comprender cuál es el tema o temas que se exponen en el texto y, por el otro lado, qué tipo de texto es, "proporciona la coherencia global y el perfil del texto como un todo" (1983b: 93).<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> "The notion of *macrostructure* has been introduced in order to provide such an abstract semantic description of the global content, and hence of the global coherence of discourse" (Van Dijk y Kintsch, 1983: 189).

<sup>64</sup> Van Dijk y Kintsch distinguen entre la coherencia y local y la coherencia global. "Local coherence has been defined in terms of relations between propositions as expressed by subsequent sentences. Global

Como ya hemos advertido, se puede hablar o escribir de una misma cuestión de muy diversas formas. Por lo tanto, según la forma en que se exponga una cuestión, vamos a tener, por un lado, un texto informativo o, por el otro lado, un texto de opinión. La función comunicativa que desempeña un texto, la función social que pretende cumplir y la disposición del discurso marcan diferencias entre un texto u otro (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 43). Por lo tanto, la macroestructura textual nos lleva a la ordenación y coordinación de los diferentes elementos del discurso respetando las reglas, denominadas macroreglas (*macrorules*) que definen las macroestructuras. “Es una organización jerárquica de las proposiciones importantes del texto” de modo que en los niveles superiores está el tema o asunto más general del texto y a niveles inferiores asuntos más locales (Van Dijk, 1983b: 93). Además, un análisis macroestructural debería especificar exactamente cómo se puede derivar la información global de la información local ofrecida en el texto. Finalmente, también nos permite enlazar el esquema superestructural con la información más detallada del texto, mediante las macroproposiciones a las que se asignan categorías superestructurales, como la premisa, el argumento, la conclusión en textos argumentativos.

Tal como dice Van Dijk, las superestructuras son esquemas generales y abstractas y por eso se materializan en estructuras más pequeñas, microestructuras. El concepto de la microestructura es la proposición compuesta de un predicado y varios argumentos. Pueden ser simples, pero por lo general se trata de construcciones complejas. Transmitir hechos, ideas, presupuestos, consecuencias y la complejidad de todos ellos se refleja en la complejidad de las proposiciones. No obstante, esa complejidad no tiene como objetivo llevar a ininteligibilidad sino producir densidad ya que el texto periodístico de opinión por la limitación de espacio tiende a exponer todo de la forma más concisa y densa posible.

Las proposiciones aisladas no son suficientes para que el significado que se ofrece sea exacto. Por eso es necesario que se unan y articulen entre sí formando

---

coherence is of a more general nature, and characterizes a discourse as a whole, or larger fragments of a discourse" (1983: 189).

secuencias. El elemento imprescindible en las secuencias es coherencia.<sup>65</sup> El texto es un sistema cerrado de coherencia, una construcción donde cada parte tiene su sitio y su función, y se articula en referencia a todos y cada uno del resto de elementos. Es el sistema textual que proporciona la coherencia y no cada elemento del texto. Así el tema del texto que debería aparecer claro en el texto de opinión, da coherencia al mismo texto.

Dentro del segundo de los enfoques de los que habla Hoey que se centra en el estudio de los modelos de la organización textual destaca estudio sobre la secuencia *problema-solución*.<sup>66</sup> Según Hoey, la secuencia *problema-solución* (P-S) es un posible modelo de organización textual que describe relaciones semánticas entre las diferentes partes del texto, pero que no tiene categoría de estructura, puesto que su presencia y la de los componentes *problema-solución* no es obligatoria y, por tanto, no es predecible. En este punto, hace una distinción clara entre la estructura:

[...] A structure may be thought of as a rule-bound organization, a combination of elements that can be explained by rules that also allow the analyst to predict in principle what combinations can and cannot occur (Hoey, 1991: 269).

Y la organización:

[...] organization is used to refer to any combination of elements that is perceived by a user to form a pattern. If certain combinations of elements can be shown to be impossible, the pattern is rule bound and is a structure. If, on the other hand, there is no way of predicting impossible combinations –if, for example, a pattern of elements is conventional only then the pattern is regarded in this book as reflecting organization but not structure (Hoey, 1991: 267).

Según Hoey, la secuencia PS está formada por las siguientes categorías:

---

<sup>65</sup> Según Van Dijk (1983b: 96) las proposiciones como un todo pueden conectarse mediante algunos conectivos (condicional, causal, temporal, funcional, etc.) expresados en la estructura superficial por las conjunciones y los adverbios, o por la simple coordinación y el orden lineal y destaca que a este nivel el texto se define como una sucesión de proposiciones coherente.

<sup>66</sup> La secuencia *problema-solución* fue identificada por primera vez en Beardsley (1950) y analizada en mayor profundidad por Hutchins (1977), Jordan (1980, 1984), Crombie (1985) y, especialmente, por Hoey (1983, 1986, 1991, 2001). Ya hemos mencionado en las páginas anteriores a Van Dijk (1980) quien caracteriza la secuencia *problema-solución* desde una perspectiva más estructural. Grimes (1984) enmarca la secuencia *problema-solución* dentro de un modelo retórico más general.



- *Situación*, puede anteceder la secuencia y su función es describir hechos y circunstancias objetivas;
- *Problema*, que describe algún aspecto problemático de la situación anterior que necesita una solución, “an aspect of the Situation requiring a Response” (Hoey, 2001: 124);<sup>67</sup>
- *Respuesta o solución*, que describe las medidas tomadas para resolver el problema anterior;
- *Evaluación/resultado*, que evalúa positivamente la resolución del problema. Estos dos elementos se dan a la vez en una única frase. Si el resultado es negativo entonces es necesario reconsiderar la secuencia hasta que se llegue a la evaluación positiva. Hay dos tipos de reconsideración. “One possibility is that each negative evaluation redefines the nature of the problema. Another is that the Problem remains unaltered but the Response changes” (Hoey, 2001: 131).

Hoey caracteriza el patrón de organización textual *problema-solución* como resultado de la interacción entre el lector y el escritor, lo que resulta muy interesante para esta tesis doctoral. Según él, el texto se puede definir como una interacción entre el escritor y el lector.<sup>68</sup> Al componer un texto, el escritor hace suposiciones del conocimiento de que dispone el auditorio y eso se refleja en el uso lingüístico de una manera muy sutil. Dado que el texto es considerado como una interacción entre el escritor y el lector, el escritor lo que hace es intentar responder a las posibles preguntas que puede tener el lector; y el lector intenta anticipar las preguntas que el escritor va a plantear a lo largo del texto. Entonces, cada una de las partes que componen un texto se

---

<sup>67</sup> Entre *el problema* y *la respuesta* puede haber una fase intermedia, *el plan* o *la recomendación*, “[...] it either defines what might count as an adequate Response or makes a suggestion as to what Response to adopt” (Hoey, 2001: 127).

<sup>68</sup> “Text can be defined as the visible evidence of a reasonably self-contained purposeful interaction between one or more writers and one or more readers, in which the writer (s) control the interaction and produce most of (characteristically all) the language” (Hoey, 2001: 11).

convierte en la respuesta del escritor a una serie de preguntas imaginarias que le hace el lector del mismo y que, la mayoría de las veces, permanecen implícitas en el texto.<sup>69</sup>

Por limitaciones de espacio y por nuestro objeto de estudio no hemos revisado todos los trabajos que se ocupan del estudio de la organización global del discurso. Por eso nos hemos ceñido al estudio de los modelos de organización textual desde dos puntos de vista y que se pueden relacionar con el discurso argumentativo escrito, dado que son los que constituyen nuestro objeto de estudio en esta tesis doctoral.

### 2.3. Recapitulación de los conceptos teóricos

El objetivo de este capítulo ha sido intentar aproximarse al estudio de la argumentación desde el punto de vista lingüístico-discursivo. Creemos que hemos conseguido caracterizar las columnas como textos argumentativos dentro de un contexto determinado, el discurso periodístico. Hemos empezado con la definición del texto y del discurso. Por tanto, lo que nos interesa en esta tesis es el discurso periodístico y dentro de él vamos a distinguir varios géneros. Según la mayoría de los estudiosos de periodismo se distinguen tres grandes modalidades o actitudes periodísticas: la actitud informativa, la actitud interpretativa y la actitud opinativa. El objetivo de nuestro análisis son las columnas, que pertenecen al género de opinión.

En la segunda parte de este capítulo hemos visto que hay dos posiciones muy diferentes al definir la estructura o la organización textual en general, y, en particular, en el caso de los textos argumentativos. Un grupo de autores describe la estructura global de textos concretos. Los textos están formados por unidades que se combinan respetando reglas lo que permite saber qué combinaciones son posibles. En este punto, hemos recorrido los conceptos de superestructura, macroestructura y microestructura de

---

<sup>69</sup> El trabajo de Winter (1974 [citado por Hoey, 2001: 30]) sobre las relaciones entre las cláusulas le ha servido a Hoey como punto de partida. Clause relation es “the cognitive proces whereby we interpret the meaning of a sentence or group of sentences in the light of its adjoining sentence or group of sentences” (Winter, 1994: 49). Winter distingue entre *sequence relation* en la que las proposiciones se ordenan según la prioridad de tiempo, espacio y lógica; y *matching relations* que incluyen las relaciones de contrase, de similaridad, exemplificación y excepción.

Van Dijk. Otro grupo de autores, representado por Hoey, opta por una existencia de varios modelos de organización general del discurso que se reproducen en cualquier tipo de textos. La secuencia *problema-solución* es un posible tipo de organización textual y por eso responde a una de las maneras de argumentar por parte de los escritores de nuestros textos.

Dado que uno de los objetivos de esta tesis es estudiar los mecanismos lingüísticos y pragmáticos de la argumentación en las columnas periodísticas consideramos que el estudio de la organización discursiva puede mejorar la comprensión de textos seleccionados y así facilitar la identificación de las diferencias la manifestación de la opinión y los procedimientos de argumentación que han de ser esencialmente distintas en las columnas de diferentes autores de dos fuentes, *El País* y *ABC*.

A continuación intentaremos caracterizar y describir el discurso periodístico desde el punto de vista menos lingüístico y más desde el punto de vista de los estudios de comunicación y periodismo.

### 3. PERIODISMO DE OPINIÓN

El hombre siempre ha mostrado interés por transmitir sus ideas, sus representaciones de la realidad a través de la palabra y de persuadir al auditorio al que se dirige. Son objetivos que se han tenido en cuenta en las disciplinas oratorias desde sus orígenes y que se han transmitido a otras disciplinas más recientes, como, por ejemplo, la periodística que se puede considerar una disciplina relativamente moderna dado que los primeros periódicos aparecen en los siglos XVI y XVII.<sup>70</sup> Desde sus orígenes, el periodismo se ha identificado con información, información con objetividad y objetividad con realidad. La objetividad informativa ha sido uno de los grandes mitos del periodismo de modo que por 'objetivo' se entiende lo veraz, neutral, imparcial, rigurosos e independientemente (Herrero, 1996: 11). Esta imagen del periodismo está relacionada con la actualidad informativa, con la notificación de los hechos. Así el periodista llega a ser una persona que elabora las noticias y proporciona a los lectores información.

Sin embargo, en el antiguo periodismo (el periodismo de los siglos XVII, XVIII y principios del siglo XIX) el imperativo no era transmitir noticias inmediatamente; era más importante conocerlas bien (Casasús y Núñez Ladevéze, 1991: 17). Además uno de los grandes problemas del periodismo del siglo XVII y XVIII fue llenar los periódicos con noticias por el mero hecho de la falta de materia. Junto a ese primer periodismo informativo, donde la censura de las monarquías europeas impide cualquier intento de opinión pública libre, en el siglo XVIII, la era de las Luces, al menos en algunos países de Europa y luego en las colonias británicas de América, surge el periodismo de opinión (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 72). Era más fácil llenar páginas con artículos que con noticias y, además, en esta lucha entre el antiguo régimen y la nueva clase ascendente burguesa, la prensa jugó un papel determinante. La prensa "era una herramienta esencial para la propagación de las doctrinas y para la acción proselitista" (Casasús y Núñez Ladevéze, 1991: 18). Además de la necesidad de informar, la prensa iba más lejos,

---

<sup>70</sup> Josep María Casasús opina que la evolución del periodismo se manifiesta como rama cada vez más autónoma de la retórica, y que los efectos que los fenómenos de recepción de los contenidos periodísticos producen en las personas que redactan los textos para la prensa, pueden llegar hasta el extremo de que se modifiquen los recursos de estilo y de estructura de relato (Casasús y Núñez Ladevéze, 1991: 13-14).

buscaba persuadir. “[...] los fundamentos de la libertad de prensa no se basaban en la lucha social por informar con rigor, sino, por el contrario, en la libertad de defender una causa” (ibídem). Durante todo el siglo XIX el deseo de persuadir al público tiene mayor peso que el deseo de informar. Por eso, el siglo XIX es el siglo del apogeo del periodismo de opinión.

En un período de matriz ideológica dominante, la prensa, como conformadora de opinión, encontraba precisamente en la opinión una de las principales razones de su existencia y, a su vez, un espacio de exclusividad. Opinión, como interpretación, como escenarios y retazos de un sistema de cosmovisión, era coherente con ideología, planteamiento político, adscripción del medio o tendencia prevalente (León Gross, 1996: 3).

Aunque es difícil establecer la frontera exacta entre los textos destinados solo a transmitir datos informativos o de ofrecer opinión sobre ellos, se iban separando durante todo el siglo XVIII, hasta que alcanzan, a finales del siglo XIX, más o menos la forma con la que actualmente los conocemos. Durante todo el siglo XIX se distinguen claramente los periódicos de opinión, ideológicos, portavoces de las ideas políticas, que son los que predominan, sobretodo en Europa, y los periódicos informativos que proliferan sobre todo a finales del siglo XIX (Pizarroso, 1992: 72).

Con los primeros avances tecnológicos, por ejemplo, la radio como un medio más inmediato (también el telégrafo, las agencias de noticias, la fotografía), el periodismo se convierte en un fenómeno realmente de masas, y los periódicos y los medios de comunicación escritos en general se enfrentan a la necesidad de transformarse, de ofrecer un producto mejor, más acabado, más completo (Casasús y Núñez Ladevéze, 1991: 18-19; Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 75). Esta situación favorece el intercambio de mensajes, de noticias, entre diversos lugares del mundo y así la prensa informativa adquiere protagonismo y hegemonía frente al periodismo de opinión.

En la tradición anglosajona se separan radicalmente *story* (hecho, noticia) y *comment* (comentario). Frente a la “era de información” que ha empezado a desarrollarse en las últimas décadas del siglo XX y que ha llegado a su punto máximo con la aparición de Internet, somos testigos de una abundancia de noticias que se transmiten inmediatamente, a través de múltiples canales de difusión.

Así, se distinguen claramente tres etapas en el periodismo posterior a la segunda mitad del siglo XIX:

- La primera es el periodismo ideológico. Por la falta de noticias, hay exceso de comentarios. Es el periodismo que intenta ser racional y moralizador y está al servicio de las ideas políticas y religiosas. Es la etapa que los anglosajones denominan *comment*. Dura hasta el final de la I Guerra Mundial.
- El periodismo informativo, es una segunda etapa, se caracteriza por lo que se denomina un periodismo de narración de los hechos corresponde a lo que los anglosajones denominan *story*. La prensa de información empieza a imponerse a partir de 1920.
- El periodismo de interpretación o explicación es una tercera etapa que empieza a desarrollarse a partir de la II Guerra Mundial. La característica fundamental es que la opinión aparece deslinada de la información, bien en espacios diferentes, bien en distinciones tipográficas. Lo que se busca en el periodismo de interpretación es la profundidad que se obtiene situando los juicios de valor de forma inmediata al lado de la narración objetiva de los hechos. Por lo tanto, el periodismo interpretativo utiliza ambos géneros básicos, noticia y opinión, pero lo sitúa desde una nueva perspectiva situando los hechos dentro del contexto en un “background significativo, con un fuerte andamiaje de la documentación” (Santamaría, 2000: 18).

Abril Vargas (1999: 55) añade una fase más, la del “periodismo social”, “periodismo de servicios”, “periodismo de bienestar social” o “periodismo de la calidad de vida”, que se inicia a finales de los años setenta del siglo XX y su característica es el incremento de la atención profesional hacia asuntos de interés humano y de la vida cotidiana.

Así el periodismo llega a ser un método de interpretación de la realidad social, de clasificación de la realidad: “un campo de evoluciones ideológicas” (Abril Vargas, 1999: 15).

Para Lorenzo Gomis (1991: 175):

La actividad profesional de los periodistas en los medios consiste en una interpretación sucesiva de la realidad social. Tal interpretación resulta posible gracias a la reducción de la realidad a hechos que pueden comunicarse como noticias. Estas noticias, ampliadas por medio de reportajes y crónicas y comentadas en artículos, editoriales y debates radiados o televisados, forman la imagen cambiante de la realidad de que se sirve el público para estar enterado, comentarla e intervenir en ella y de que se sirven los mismos actores y protagonistas de las acciones sociales para lo mismo. Los medios actúan de este modo como mediadores generalizados. Esta es su función social.

Aguinaga (1996: 13) afirma que “la esencia del periodismo es su mercancía y su influencia en la sociedad” si partimos de los efectos que produce en la sociedad. Sin embargo, concluye que “el Periodismo es una taxonomía, una clasificación de la realidad” y que “esa taxonomía genera poder y, por tanto, el dominio de ese poder”. El mismo autor entiende que la clasificación de la realidad no supone solo interpretación sino también generación de la realidad misma. En sí misma, la actividad periodística es una actividad retórica y persuasiva dado que en cualquiera de sus manifestaciones siempre aspira a producir unos efectos persuasivos en el público.

Los medios de comunicación en general (la radio, la televisión, Internet entre muchos más) so son meros transmisores de la realidad, sino que mediante diferentes mecanismos y operaciones profesionales, participan activamente en la construcción de distintas “versiones” de la realidad (Abril Vargas, 1999: 23). Ya hemos adelantado que el periodismo de opinión va más allá de la interpretación y explicación de los hechos, dado que son textos que también emiten juicios, proponen soluciones y, al final, llegan a persuadir y convencer a sus lectores.

### **3.1. Información, interpretación y opinión**

Como ya hemos apuntado, el periodismo de opinión pertenece al mundo subjetivo del comentario (*comment*) y el periodismo informativo al del relato (*story*). Por lo tanto, se trata de dos diferentes actitudes que constituyen la actualidad y que llevan a dos tipos de juicios: juicios objetivos y juicios subjetivos. Las noticias son informaciones de hechos y datos y las opiniones expresan pensamientos, ideas,

creencias o juicios de valor por parte de los medios de comunicación. Dado que los juicios de valor juzgan personas, hechos, situaciones, y se refieren a unos valores jerarquizados y de cualquier tipo (sociales, políticos, éticos, religiosos, etc.), llegan a ser la expresión de la subjetividad máxima, de la opinión.

La opinión es el resultado de una disposición natural a la expresión de la subjetividad que siempre busca cauces de expresión, y si antes se proporcionaba de viva voz en el foro o en cantares, ahora es manuscrita o ya impresa; en segundo lugar, se evidencia que información y opinión cohabitan naturalmente siempre, pues ésta es consecuencia de aquella; y en tercer lugar, que estimulan la censura o la persecución desde el poder, hecho que se ha prolongado hasta la actualidad, y del que se puede deducir que esta persecución estimula a su vez la vocación humana de encontrar cauces para difundir sus opiniones (León Gross, 1996: 10).

Aunque la frontera entre la información y opinión es más clara, la diferencia entre la opinión y la interpretación no es muy transparente. El texto interpretativo se basa en la explicación, la contextualización, el análisis causal, la síntesis de las consecuencias y la aclaración de los conceptos. A diferencia de los textos opinativos, es el lector quien ha de formularse sus propios juicios de hechos y de realidades expuestos. Por lo tanto, el texto interpretativo es más abierto, mientras que el texto opinativo es más concluyente (Santamaría, 2000: 21).

La distinción entre los hechos, las explicaciones de los hechos y las opiniones forma parte de la identidad periodística y tiene influencia indudable en los comportamientos lingüísticos. Se puede resumir citando a Luisa Santamaría: “[...] lo que yo veo es información; lo que yo sé es documentación; lo que yo pienso es opinión” (2000: 21), es decir, “Noticia es lo que se ve. Interpretación es lo que se sabe. Opinión es aquello que se cree y por lo que se toma partido subjetivamente” (Martínez Albertos y Santamaría, 1996: 107).<sup>71</sup>

Esa distinción básica, distinguiendo entre la interpretación y la opinión, nos lleva a concluir que el periodismo interpretativo es más objetivo y el periodismo opinativo más subjetivo. Sin embargo, el concepto de objetividad es muy discutible.

---

<sup>71</sup> Muchos autores coinciden en que el género informativo dice lo que ocurrió, el interpretativo explica por qué y el de opinión valora lo sucedido (Alduante y Lecaros, 1989: 42).



El periódico con todos los textos que ofrece a sus lectores es el producto final del proceso complejo que supone una serie de decisiones sobre qué hay que publicar, dónde publicarlo y el grado de importancia que hay que conceder a todo lo que se publica. El texto que se publica tiene que pasar por una etapa de selección así que el periodismo actúa de una forma activa y directa en la selección de los mensajes y la transmisión de los mismos. La selección de hechos que deben convertirse en noticia supone un proceso complejo que se desarrolla a lo largo de todo el proceso productivo y tiene una importancia y responsabilidad social significativa.

La vieja máxima periodística ahora se aplica cada vez más a Internet: lo que no se publica no existe.<sup>72</sup> Esta máxima confiere más peso al proceso de selección ya que la representación de algunos hechos por los medios supone automáticamente una “existencia social”.<sup>73</sup> Teniendo en cuenta todo el proceso periodístico, la clasificación y la selección de los hechos, resulta difícil creer que exista periodismo objetivo. Aunque muchos teóricos han identificado lo objetivo con el estilo impersonal como una condición necesaria de una información veraz y de la recepción del mensaje por parte de los lectores como tal, se trata de una apariencia formal de un mensaje supuestamente objetivo porque manipulación muchas veces busca formas atípicas como el estilo impersonal y neutral.<sup>74</sup> No obstante, la tarea profesional periodística es un acto subjetivo y no debería confundirse con una condición del lenguaje. Además, Núñez Ladevéze, añade que tampoco hay que confundir entre esa condición de un uso del lenguaje, la intencionalidad estilística, con la actitud del quien informa que puede o no ser parcial (Casasús y Núñez Ladevéze, 1991: 120). El concepto de objetivo para referirse al lenguaje informativo y también para referirse a la actitud de la persona que pretende hablar de forma objetiva sobre los acontecimientos.

---

<sup>72</sup> “Quien no está en Internet, no existe”, Zamarra López, María de las Mercedes (2007: 29):

<sup>73</sup> George Gerbner (1978) citado por Abril Vargas, 1999: 28.

<sup>74</sup> Según Santamaría (1997, 41-43; 2000: 110-112) "La manipulación se fundamenta en unos usos especiales de lenguaje que persiguen unos intereses nunca explicados con claridad". Según ella la manipulación se desarrolla en práctica de acuerdo con las siguientes características:

- Existe una considerable competencia lingüística comunicativa, al igual que en la persuasión, superior a la de quien se quiere manipular o persuadir.
- Hay dos niveles de intencionalidad (en la persuasión hay solo uno): una clara y otra patente. Esta distinción no se percibe expresamente, sino tras segundas lecturas y comparaciones.
- Hay también dos niveles de lenguaje: el que se exhibe y el que subyace. Está lo que se dice y paralelamente lo que se quiere decir.

Como acabamos de mencionar, este interés por lo objetivo puede favorecer la manipulación. Núñez Ladevéze define este fenómeno como “retórica objetivadora” (Casasús y Núñez Ladevéze, 1991: 121). Es retórica porque se trata de un procedimiento elocutivo de elaboración de un mensaje para obtener un determinado efecto en el interlocutor y, por el otro lado, es objetivadora porque “tal es el efecto que se pretende suscitar, una sensación de impersonalidad, aunque sea fingida, una impresión de indiferencia, aunque sea calculada, un distanciamiento narrativo aunque el narrador esté presente tras la máscara artificiosa de un lenguaje” (ibídem).

Por todo lo expuesto, se puede concluir que el periodismo y, en general, los medios de comunicación, no son meros transmisores de la realidad social, un reflejo de la misma sino son agentes activos que construyen la realidad de modo indirecto y sutil. Para Mar Fontcuberta (1993: 86) antes era el historiador quien evaluaba qué era y qué no era el acontecimiento y hoy son los medios de comunicación que desempeñan esa función. La teoría de la *agenda-setting* que se ocupa de los efectos de los medios a largo plazo expone que los medios estructuran la capacitación social, la imagen que una sociedad tiene de sí misma mediante la fijación continua de una agenda que está compuesta de los grandes temas de nuestra realidad sometidos al debate público.<sup>75</sup>

Gaye Tuchman (1983: 194) afirma que “el acto de producir la noticia es el acto de construir la realidad misma, más que la imagen de la realidad misma” y que la noticia “como el conocimiento, impone un marco para definir y construir la realidad social. Es decir, los medios no dicen qué hay que pensar, sino sobre qué pensar y así los asuntos que reciben más atención en los medios son los que el público percibe como los más importantes (Tuchman, 1983: 14)<sup>76</sup>. Por eso la información en los medios de comunicación como una presentación objetiva, neutral, transparente de la realidad deja de percibirse así y se puede admitir que la tarea periodística implica interpretación de la realidad social y el grado de esa interpretación dependerá de si se trata de los textos informativos, interpretativos u opinativos. Aunque los hechos en sí mismos son simples y evidentes, son también sujetos de selección y opinión así que la información, como

---

<sup>75</sup> La formulación del concepto *agenda-setting* se debe a Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972).

<sup>76</sup> Tuchman afirma que así se ha demostrado en algunos estudios y cita a McCombs y Shaw (1972: 176).

producto de la selección y la valoración ya es inicialmente un producto interpretativo (Aguinaga, 1996: 31). A este aspecto, Rafael Yanes Mesa(2004: 31)lo interpreta:

La función interpretativa está siempre dentro de cualquier texto de periodismo ya que el mismo hecho de seleccionar las informaciones que se publican, titularlas de una u otra forma, y darles una determinada importancia es un acto de interpretación implícita, y la interpretación explícita es, sencillamente, opinión del periodista.

En el periodismo se combinan motivaciones sociológicas y lingüísticas para la elaboración de los mensajes que construyen la realidad de modo que el periodista llega a ser un intérprete del acontecer social (González Reina, 1991: 5). “Interpretar es un acto mediante el cual se atribuye a un objeto una significación extraída de un vasto repertorio de posibles significados” (Herrero, 1996: 46).

Lorenzo Gomis<sup>77</sup> establece cinco supuestos del periodismo como método de interpretación de la realidad. La realidad a la que se refiere la interpretación periodística es la realidad social.

No se trata de interpretar toda la realidad, sino un fragmento de la misma. Es el periodo más reciente que se trata de interpretar;

- La realidad se puede fragmentar en unidades independientes, los hechos, que se pueden elaborar, redactar y comunicar en forma de textos breves y autónomos (noticias);
- La interpretación se debe poder asimilar en un tiempo variable, por lo que, para facilitar la lectura, los hechos se clasifican y distribuyen por secciones. Esto se consigue básicamente gracias a dos recursos. Primero, la titulación y; segundo, la redacción de las noticias de modo que en el primer párrafo está resumido lo fundamental del hecho.
- La realidad se deberá adecuar dentro de un espacio disponible. La adaptación a un espacio es una necesidad impuesta por la función del mismo periódico, la de

---

<sup>77</sup> Gomis (1987: 19-39) y (1991: 38-39).

ofrecer una interpretación selectiva, pero completa de la realidad examinada puesto que se trabaja con espacio y tiempo dados de antemano.

- La interpretación periodística se expresa a través de una gama de modos y convenciones (géneros periodísticos) cuyas formas fundamentales son la información y el comentario.

Si tomamos la distinción tradicional entre los hechos (*stories*) y comentarios (*comments*), los primeros serían la interpretación del primer grado que relata hechos, se dice lo que ha pasado y es interpretación descriptiva, mientras que los segundos serán la interpretación del segundo grado que opera con ideas y es la interpretación evaluativa (Gomis, 1987: 35). Por lo tanto, los periódicos nos ofrecen desde la noticia hasta el editorial interpretación en distintos grados y diferentes modos.<sup>78</sup> Es una interpretación matizada de la realidad y cada forma tiene su estilo peculiar y su función dentro del periódico.

La interpretación periodística permite descifrar y comprender por medio del lenguaje la realidad de las cosas que han sucedido en el mundo y se completa con el esfuerzo, también interpretativo, de hacerse cargo de la significación y alcance que los hechos captados y escogidos para su difusión puedan tener (Gomis, 1991: 36).

Por lo tanto hay que entender el periodismo como fenómeno de interpretación en general, pero no confundirlo con el concepto teórico de la interpretación, que se refiere a una de las modalidades periodísticas y que difiere del de opinión, ya que la interpretación tiende a la objetividad, mientras que la opinión, por definición, es subjetividad real (Yanes Mesa, 2004: 30).

Aunque la interpretación puede ser subjetiva no hay que identificarla con la opinión que es una expresión de juicio, de un punto de vista personal. No obstante, ambas se ocupan de encontrar el significado de un hecho, de entenderlo y expresarlo.

---

<sup>78</sup> José Luis Martínez Albertos (1993 [1983]), Héctor Borrat (1989), Luisa Santamaría, (1990, 1997, 2000), Lorenzo Gomis (1991), y Luis Núñez Ladevéze (1995) coinciden diferenciando tres grados de interpretación en la actividad periodística que corresponde a tres actitudes periodísticas que hemos mencionado antes.

Además, la información y la interpretación remiten a lo que ha pasado mientras que la opinión previene y aconseja sobre el futuro deseable (Gomis 1991: 36).<sup>79</sup>

Informar es el resultado de un proceso de interpretación que consiste esencialmente en narrar lo que ha ocurrido, comprenderlo, valorarlo y expresarlo. En la opinión, bien sea como portavoz de una publicación (el editorial) o de un autor concreto (artículo firmado), se trata de encontrar el significado de unos hechos; se pretende entenderlos al igual que en la interpretación pero, mientras ésta da el sentido a las noticias pero se abstiene a decir qué hay que hacer, la función de opinar o editorialista pretende influir en el lector con recomendaciones y consejos sobre el curso de la acción a seguir (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 61-62).

Por lo tanto, no es de extrañar que para los autores como Héctor Borrat el periódico sea un actor político y no sólo un mediador como tradicionalmente se consideraba.<sup>80</sup> La inmediatez de la noticia ahora la tiene Internet que ha aumentado el número de canales por los que se transmiten las informaciones así que, aunque hay versiones *online* de periódicos, los periódicos son cada vez más interpretadores de información y por eso el periodismo de opinión gana mayor importancia frente al informativo.

### 3.2. Periodismo y retórica

Periodismo es una de las formas donde se manifiesta la antigua retórica en la época moderna. La retórica es:

[...] tanto un instrumento de creación como un instrumento de interpretación o análisis del discurso y abre una perspectiva para descubrir la conexión entre texto y contexto inherente a cualquier discurso para poner al descubierto las estrategias del discurso que buscan comprometer el interés, los valores o las emociones de la audiencia (Borrat, 1989: 102).

Hemos visto en el apartado anterior que todo acto periodístico es un acto de interpretación, que en su esencia es un acto subjetivo, podemos concluir que toda la actividad periodística es en sí misma una actividad retórica y persuasiva ya que en cualquiera de sus manifestaciones siempre se aspira a producir unos efectos en el

---

<sup>79</sup> "El comentario de los hechos producidos llega incluso a tratar de descifrar e interpretar el futuro, especialmente el futuro deseable, para indicar cómo podría alcanzarse (Gomis, 1991: 36).

<sup>80</sup> En *El periódico, actor político* publicado en Barcelona por la editorial Gustavo Gili, en 1989.

público. Así que todos los textos periodísticos, sean informativos, sean opinativos son textos retóricos persuasivos. "El arte del periodismo avanzado, como el arte de la retórica aristotélica es el arte de la argumentación y de la recepción" (Casasús, 1993: 126) y, por lo tanto, la periodística "No en balde es la auténtica heredera de la Retórica (Casasús y Nuñez Ladevéze, 1991: 97).

Si antes se trataba de persuadir a los jueces, las multitudes, las asambleas por medio de la palabra, ahora siguen siendo los mismos objetos de persuasión. Lo que ha cambiado son los modos y mecanismos de persuasión. Al público se llega a través de los grandes medios de comunicación: radio, televisión, prensa y Internet. Además las versiones online de los periódicos permiten expresarse de una manera multimodal. Los periodistas no solo disponen de la palabra sino también la pueden acompañar con los videos, imágenes, fotos y sonidos.

Con la publicación de sus textos, la prensa genera opinión. Aunque a primera vista parece que son los textos de opinión que más influencia tienen en la creación de opiniones, el hecho de que las noticias pasen por un proceso de selección, que se repitan en los distintos medios de comunicación y así reciben más atención y se perciben como más importantes, genera por sí mismo opinión. No obstante, los textos de opinión o los textos argumentativos llegan sobre todo a los "líderes de opinión", intelectuales de política, de cultura, etc. y no tienen un alcance tan amplio como los textos informativos.<sup>81</sup> Por eso Gomis señala que la gran capacidad persuasiva está en la imagen que se está mostrando al público a través de los hechos que medios seleccionan para crear noticias, "lo que básicamente influye en la sociedad es la imagen del presente que le ponen delante los medios. Y la persuasión fundamental es la de que *esto es lo que hay*" (1991: 156).

A pesar de que toda la actividad periodística se considera una actividad retórica dado que supone la existencia de un conjunto de reglas para la disposición y construcción de discursos que producen en el público efectos persuasivos, diversos autores consideran que entre las muchas manifestaciones periodísticas, son los textos de

---

<sup>81</sup> El concepto de "líderes de opinión" lo formularon Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson y H. Gaudet (1962). Los líderes de opinión tienen influencia sobre la opinión de personas que suelen seguir sus actitudes.

opinión que por su carácter argumentativo son más cualificados para ejercer y desarrollar las funciones retóricas.<sup>82</sup>

Van Dijk (1990: 123-139 y 171) opina que los textos argumentativos o evaluativos son aquellos que presentan una mayor reformulación retórica de los hechos y acontecimientos observados o de los textos-fuente, tales como sobreentendidos, metáforas, comparaciones.<sup>83</sup> También propone un análisis de los géneros según la intensidad retórica y el carácter de estas manifestaciones retóricas, siendo el artículo de alta intensidad con manifestaciones de persuasión explícita. El propósito de eficacia del texto informativo desencadena en mayor grado de intensidad retórica en cuanto vehículo de persuasión explícita y limitado por el espacio (Van Dijk, 1990: 138).

Al comentar los hechos tratamos de prever el futuro e intentamos influir en ello; se supera así la etapa del conocimiento y entramos en la fase de acción. Así los géneros de opinión son considerados como vehículos de la persuasión explícita, mientras que los informativos presentan la persuasión implícita puesto que aspiran convencer al público con noticias que en principio deberían ser representaciones objetivas y veraces de los hechos.<sup>84</sup>

Por último, Nuñez Ladevéze (1979: 131-132) distingue entre la argumentación explícita y la implícita.

[...] el medio aparece como un campo persuasivo: trata de arrastrar al receptor hacia una valoración de la cual se derivarán actitudes y comportamientos concretos. El medio actúa, entonces, en su relación con el receptor como un campo de argumentación implícita [...], como un mecanismo que enjuicia el mundo, que lo acepta o lo rechaza en ciertos puntos y que difunde en el receptor ese mismo juicio.

---

<sup>82</sup> José Luis Martínez Albertos (1993), Josep María Casasús Luis Nuñez Ladevéze (1991), Armañanzas y Díaz Noci (1996), Abril Vargas (1999), Santamaría (1997; 2000) entre muchos más.

<sup>83</sup> "[...] toda transformación de textos fuente en textos periodísticos debe implicar normas y valores subjetivos [...]" (Van Dijk, 1990: 171).

<sup>84</sup> Granger (1988) distingue dos niveles en los efectos de la retórica argumentativa: los efectos directos y los efectos indirectos. Entonces el periodismo de opinión se corresponde con la retórica argumentativa directa, mientras que el periodismo informativo entraría en el campo de la argumentación indirecta. De la misma manera, pero utilizando distintos términos Manuel Carrilho (1992) distingue entre Retórica fría (la de los géneros informativos) y la Retórica caliente, la de los géneros de opinión. (Tomado de Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 29-30; Abril Vargas, 1999: 77).

Afirma que el periódico en general es un campo de "argumentación implícita" en el cual la noticia funciona como una primera premisa, "todo elemento informativo del campo determinado puede ser considerado un premisa de hecho"<sup>85</sup> mientras que la ordenación de las informaciones y su sección en unas páginas o en unas secciones y no en otras, pueden representar para el destinatario una segunda premisa, "el mosaico, en su devenir, constituye una segunda premisa implícita para el silogismo" (Núñez Ladevéze: 1979: 316). Por consiguiente, según Núñez Ladevéze, los medios de comunicación social, a través de los tres campos del medio periodístico (el descriptivo, el evaluativo y el argumentativo) intenta persuadir al receptor e inculcar en él una concepción del mundo.

### 3.3. Persuadir y convencer

Aristóteles fue el primero en elaborar una teoría de la persuasión. La teoría del estagirita identificaba tres aspectos de la persuasión: el origen (*ethos*), el mensaje (*logos*) y las emociones de la audiencia (*pathos*). Él recomendaba al orador presentarse como una persona en quien se pudiera confiar, utilizar argumentos que parecieran seguir las reglas lógicas y utilizar ejemplos históricos e imaginarios expresivos. Aristóteles consideraba esencial la comprensión de los sentimientos de la audiencia. El orador, o en nuestro caso el periodista, debe ser capaz de orientar las emociones humanas para un buen uso.

Cicerón coincidió en gran parte con lo que había dicho Aristóteles sobre la persuasión. Según él, el buen orador debe seducir (probar la credibilidad del orador), enseñar (presentar un mensaje con argumentos sólidos) y conmover (llenar de emoción a la audiencia). Este esquema es también conocido como *delectare, docere, commovere*.

Como ya hemos mencionado antes, el lenguaje humano sirve para realizar diferentes actos de habla y es fundamentalmente retórico porque tiene la capacidad para

---

<sup>85</sup> Gomis (1991: 155-156) cita a Parsons (1967: 367) quien habla de "hechos" como los grandes persuasores, es decir, "persuasores intrínsecos" incluso cuando se presentan simplemente como simples hechos y se invita al público a "sacar sus propias conclusiones".



alcanzar un alto nivel de eficacia comunicativa. Es lógico, entonces, que el hombre es el único ser humano capaz de conceptualizar la intencionalidad desde la infancia. El hecho de que en la comunicación diaria nos dirigimos a nuestros interlocutores con ciertos motivos o con una voluntad significa que el lenguaje está dotado de capacidad persuasiva, es decir, de capacidad retórica. Por lo tanto, toda comunicación pretende persuadir, es de decir, influir en la conducta de otro. El lenguaje es el gran instrumento de la persuasión dado que poner nombre en las cosas no es solo una forma de nombrarlas y clasificarlas sino también de dominarlas (Herrero, 1996: 63).

El objetivo de los medios de comunicación es informar y persuadir. La retórica clásica definida como praxis social, es decir, como “la comunicación social que aspira a persuadir a los conciudadanos, o a los miembros de una comunidad más o menos amplia, mediante el lenguaje” (López Eire, 2003: 12), precisamente en este aspecto coincide más con la finalidad última del periodismo de opinión.

El primer objetivo de comunicar es realizar un acto de habla para influir en nuestro prójimo y hacerle pensar y actuar en nuestro provecho, siempre se hace algo para influir en los demás. Hablar es hacer y la retórica y los medios de comunicación son partes de la teoría de la acción social.

G. S. Jowett y V. O'Donnell (1986) diferencian en cualquier mensaje dos categorías generales de significación: 1) la información, cuya finalidad es conseguir el entendimiento y enriquecimiento mutuo entre emisor y receptor y 2) el elemento persuasivo, centrado en conformar, reforzar o modificar actitudes y comportamientos, creando cierta dependencia del receptor respecto del emisor.

Perelman (1989), en su intento para rehabilitar la retórica clásica, menospreciada durante la Edad Moderna como la sugestión engañosa, retoma la distinción aristotélica entre lógica como ciencia de la demostración y dialéctica y retórica como ciencias de la argumentación. Por tanto, la retórica forma parte de la filosofía ya que esta no contiene demostraciones sino argumentaciones. Sin embargo, la diferencia entre estas dos disciplinas es sólo de grado. Mientras que la argumentación retórica va siempre dirigida

a un auditorio concreto y particular al que pretende persuadir, la argumentación filosófica se dirige a un auditorio universal e ideal al que pretende convencer.

Así los conceptos de persuadir y convencer se convierten en dos finalidades distintas de la argumentación que corresponden a la filosofía y la retórica. “Mientras la persuasión connota la construcción de un resultado práctico, la adopción de una actitud determinada o su puesta en práctica en la acción, el convencimiento no trasciende la esfera mental” (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989: 16). Para Perelman, la persuasión es más que convencer dado que el convencimiento es un primer estadio que conduce a la acción. Convencimiento tiene que aportar razones y hechos incontrovertibles y argumentar la vía racional así que razonar es el primer estadio. No obstante, quien quiere persuadir necesita también la adhesión emotiva que conducirá más directamente hacia unos resultados determinados. Por lo tanto, la persuasión consiste de dos aspectos: uno racional y otro irracional.

En la mitología griega, Peithó era hija de Hermes y Afrodita y personificaba a la vez la convicción y la persuasión. La dicotomía entre la convicción y la persuasión, que son dos tipos de acciones sociales, no radica tanto en la finalidad de los discursos, como en los medios y estrategias que se utilizan para lograr una determinada meta.

El término persuadir se refiere al tipo de acción social que desea influir sobre las conductas de los oyentes y su voluntad, generalmente, mediante mecanismos emocionales (Reyzábal, 2002: 58). La persuasión es “la actividad de demostrar y de intentar modificar la conducta de por lo menos una persona mediante la interacción simbólica” (Reardon, 1981: 31).

Por el otro lado, “Convencer es un propósito intelectual que se basa en las realidades verificables, probadas o demostrables. Para convencer se argumenta, respetando las reglas de lógica y se razona con el interlocutor. El asentimiento o disentimiento final del receptor es reflexivo y libre” según Reyzábal (2002: 56).

La estrategia básica de la convicción es dar una argumentario, es decir, ofrecer un conjunto de razones o pruebas que apoyen una conclusión. El argumentario es esencial porque es una manera de informarse de qué opiniones son mejores que otras, es

una manera de sacar conclusiones y al final valorarlas. Partiendo de los argumentos, como concepto central, la construcción del discurso convincente se puede caracterizar por las siguientes condiciones:

- siempre parte de premisas fiables;
- distingue entre premisas y conclusiones;
- utiliza el lenguaje claro y específico;
- huye de los términos ambiguos;
- evita la emotividad como estrategia persuasiva;
- recurre a fuentes documentales variadas, contrastadas y fiables;
- no admite como válido el criterio de autoridad;
- prescinde de los ataques personales como estrategia para descalificar las fuentes;
- examina posibilidades alternativas a la que defiende.

Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989: 69) proponen que la distinción entre persuasión y convicción da cuenta del vínculo que a veces se establece entre persuasión y acción por una parte, y entre convicción e inteligencia por otra parte. Sin embargo, la rígida separación de la dicotomía, por un lado convicción – razón e inteligencia, y por otro, persuasión – acción y emoción es muy discutible y sigue siendo el objeto de discusión. Los discursos persuasivos también pueden recurrir a las estrategias racionales.

El objeto de análisis de este trabajo como yase ha indicado son las columnas periodísticas, que, para lograr mayor éxito, también pueden recurrir a las evidencias, los datos objetivos y el razonamiento lógico. “La persuasión puede llegar a ser el resultado de un convincente discurso construido con argumentaciones pertinentes, aunque falsas, pero aceptadas como verdaderas, a veces incluso por el persuasor” (Herreros, 1989: 105). De hecho, de acuerdo con los postulados clásicos de Aristóteles, se admiten tres vías posibles de persuasión: racional, cuasi-racional y emocional.

No obstante, un análisis ha mostrado que los mensajes persuasivos de tipo racional tienen poco éxito, pero que el mensaje racionalmente elaborado complementado con algún aspecto sentimental se ha mostrado como más eficaz (Reyzábal, 2002: 59). Por eso, el tono íntimo que rodea a las columnas periodísticas atrae muchos lectores y se supone que tienen mayor poder persuasivo.

Así, la clasificación del discurso convincente abarca discursos interpersonales (por ejemplo, la relación docente-discente que se establece en el proceso enseñanza-aprendizaje) y masivos como exposiciones científicas o presentaciones de tesis doctorales. Por otro lado, el discurso persuasivo abarca discursos interpersonales, como conversaciones basadas en lo emotivo, y los masivos que son aquellos que pretenden llegar a un gran colectivo como los propios de la propaganda, la publicidad y los medios de comunicación en general. Sin embargo, esta es una distinción muy rígida: en las diferentes tipos de situaciones comunicativas los límites se borran y se crean discursos que tienen distintos matices.

Los medios de comunicación ejercen la retórica de actualidad y perfeccionan el arte de persuadir (Gomis, 1991: 59). "Además de la función informativa, los medios de comunicación tienen la función persuasiva, la que pretende arbitrar el control social sobre el conjunto de los individuos" (Santamaría, 1997: 34). En cuanto al periodismo, ya hemos mencionado que la gran capacidad persuasiva de la prensa está en la imagen continua de la realidad que nos ofrece a través de los hechos que el medio selecciona para presentar como noticias. Entonces el periódico se convierte en "intérprete autorizado en quien la sociedad delega su derecho a explicar la realidad del mundo a sus lectores" (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 64). Por su parte, Amparo Tuñón (1990: 233-243) considera que:

La persuasión en los textos factuales narrativos se consigue mediante la utilización de recursos retóricos encaminados a conseguir efectos realistas; se imita la realidad que, como dice Barthes, es siempre "un efecto de texto". La redundancia, la anticipación de sentido, el realismo biográfico, la descripción son algunos de los procedimientos utilizados en el relato periodístico para conseguir esa ilusión referencial, consistente en que la realidad se muestre al lector como tal cual es, como si se contara por sí misma, sin intervención del periodista quien a semejanza del escritor de novelas realistas, habla siempre a través de las voces de otros.

Por el otro lado, los periódicos no solo opinan por sí mismos a través de editoriales, siguiendo una línea que trata de combinar el sentido común y las preferencias compartidas con el público. También ofrecen opiniones diversas en los textos de opinión firmados. No hay un texto de opinión o argumentativo neutral, es decir, "ningún artículo de opinión se escribe si no es para argumentar sobre cualquier cuestión" (Santamaría, 2000: 135). Su objetivo es ofrecer argumentos, razones, ejemplos, incitar a la audiencia a reflexionar y estimular los comentarios del público y tienen una función importante según Gomis, la de dar sentido al conjunto y clarificar el sentido. Para Héctor Borrat la opinión se articula con interpretación explícita, es decir, "es interpretación explícita con evaluación" (1989: 132). En ambos casos es el autor del texto, firmado o no, quien publica sus puntos de vista "decidida en función de valores, normas e intereses" (Borrat, 1989: 132).

Un aspecto muy importante en la persuasión periodística es el prestigio del emisor, entendido por este el autor del texto (si es firmado) o por el mismo periódico como emisor. Se trata de la prueba del argumento de autoridad del emisor en un proceso de comunicación reconocida por Aristóteles. Es garantizada por el conocimiento del experto y afianzada por la influencia del periódico como institución. "Cuanto mayor confianza, crédito, prestigio se atribuye al emisor, es menor la tendencia a atribuirle intenciones de manipulación y, en cambio, existe una predisposición a aceptar inmediatamente sus conclusiones" (Berelson y Steiner, 1964: 537)<sup>86</sup>.

Kathleen Reardon apunta algo similar. Según ella "la credibilidad de la fuente puede emplearse para fundamentar una apelación a la pertinencia, suponiendo que otros significativos para el individuo perciban a la fuente como líder de opinión" (1981: 155). Así el proceso de la persuasión iniciado por la influencia directa de los textos de informativos y de opinión, finaliza con la influencia de los diarios como institución social, más si son considerados de calidad que supone más prestigio y a la vez más influencia entre los grupos de poder político, económico y cultural (Armañanzas, 1993: 135-156). Esto significa que cualquier mensaje, especialmente mensajes de los medios

---

<sup>86</sup> Citado por Denis McQuail, 1969: 68.

de comunicación conllevan siempre, implícita o explícitamente, la intención de influir en las conductas y las actitudes de los individuos.

Como resumen de todo lo expuesto sobre la distinción entre el discurso persuasivo y el discurso convincente, nos puede servir este esquema (Reazábal, 1999: 163):

<b>Discurso</b>	<b>Persuasivo</b>	<b>Convincente</b>
Recurre a:	Emociones, intereses personales, deseos y motivaciones irracionales, subjetividades, adhesiones, anécdotas, chistes.	Evidencias, datos objetivos, razonamiento lógico, pruebas, comprobaciones,
Se basa en:	Propaganda Publicidad	Argumentación
Aprovecha:	El orgullo, el miedo, el odio, la simpatía, la envidia, el patrimonio, la vanidad, la rivalidad, los prejuicios.	Estadísticas, cifras, demostraciones, investigaciones, testigos/testimonios, ejemplos, hechos.

Hablando de la persuasión y la convicción hay que mencionar también el concepto de manipulación y propaganda. Para Brown una característica común a todo tipo de propaganda es que intenta limitar deliberadamente nuestra elección, ya sea eludiendo argumentos, ya sea realizando una crítica emocional no objetiva de la otra parte y de sus opiniones (2004: 25-26). Destaca que las técnicas más empleadas en la propaganda son la utilización de estereotipos, la sustitución o cambio de designaciones para lograr mayor impacto o para disimular la verdad, el recurso de la mentira, también para disimular la realidad, la repetición de determinados clichés, la presentación de un solo punto de vista que oriente a una visión parcial y se obedece el concepto de autoridad como garantía de la veracidad. Por lo tanto, la manipulación es un término más cercano a la propaganda que la persuasión.

Jordi Berrio (1983: 238) distingue precisamente entre tipos de discursos que pretenden informar, convencer, emocionar, persuadir, manipular, formalizar o prescribir. Sin embargo la diferencia entre un discurso que pretende persuadir y otro que pretende manipular está en el ámbito. El ámbito del discurso persuasivo es lo verosímil y el de la manipulación es necesariamente falso y la simulación representa la apariencia de lo que no es, es decir, se da una falsa apariencia. La manipulación se sirve de recursos engañosos, equívocos por una vía emotiva.

### **3.4. Lenguaje y estilo periodístico**

Una de las principales preocupaciones de todo texto periodístico es transmitir mensajes y captar la atención del público. Este es uno de los muchos puntos en los que la periodística coincide con la retórica, comunicar bien los mensajes y llegar a persuadir el público. La principal herramienta de los autores de textos periodísticos, sean informativos o de opinión, para conseguir eso es la lengua y el estilo que pueden variar según el tipo de mensaje que se quiere transmitir y según el público a que se dirige. La comunicación periodística se caracteriza por el uso de distintos tipos de discursos para referirse al acontecimiento y por eso se sirve de una gama amplia de expresiones lingüísticas que pueden cumplir diversos propósitos.

Cada género tiene un propio camino de comprensión de la realidad y, por lo tanto, de expresión de la misma (Liñan Ávila, 2006: 5). Si consideramos el periodismo como un proceso de construcción de la realidad, hay que tener en cuenta que esa construcción se hace mediante el lenguaje y que la variación lingüística está determinada por la posición ideológica del interlocutor o receptor (Herrero, 1996: 96).

Según Fernando Lázaro Carreter (1977: 10) el lenguaje periodístico debe aspirar a ser el lenguaje que utiliza una comunidad de hablantes de nivel culto. Este lenguaje tiene sus peculiaridades y la función comunicativa que cumple es lo que lo distinguen del lenguaje literario. No obstante, Lázaro Carreter nombra tres tipos del abuso de lenguaje que consideraba amenazantes para la prensa: el abuso del lenguaje literario, las formas del lenguaje administrativo y técnico y el lenguaje de base oral. Aunque el

periodista es escritor sus responsabilidades son opuestas a la literatura ya que son la información, de utilidad inmediata y con la condición de verificabilidad.

Sin embargo, Chomsky (1977: 195-196) advirtió que el lenguaje artístico, connotativo y complejo, es el resultado, por voluntad, de la actitud de un hablante de especial competencia. Y nada impide que esto suceda en el ámbito periodístico; nada impide un desarrollo de la función poética en textos periodísticos; incluso en cualquier texto periodístico, sea cuál sea su género.

Otro de los riesgos que menciona Lázaro Carreter es el abuso de del lenguaje funcional y administrativo que tiende a rechazar las palabras inteligibles y optar por tecnicismos, extranjerismos y perífrasis con el fin de aumentar el prestigio y el tono de autoridad. El último riesgo para lenguaje periodístico es el abuso de las marcas de lengua hablada. Aunque muchos autores piensan que así se llega mejor al público, se alcanza mayor intensidad, se llega a una comunicación más íntima y se superan diferencias culturales, es importante tener en cuenta que la lengua escrita tiene unas características especiales y supone el conocimiento más amplio de las reglas gramaticales y el léxico que las reglas propias de la lengua hablada.

Para Núñez Ladevéze (1979) lo que define el lenguaje periodístico es que un mismo mensaje puede ser comunicado de varias maneras. “[...] un mismo mensaje, una sola e inmovible significación, multiplicada por la repartición del medio, es susceptible de ser comunicada simultáneamente a una pluralidad de sujetos sin relaciones cara-a-cara. El objetivo de la tecnología consiste en obtener esa *difusión* del mensaje” (1979: 70). Por eso habla de la elaboración del mensaje especialmente medida, asimilando y comunicando entre sí todo tipo de lenguas o códigos especializado según criterios. Según él, el periodista es también un “intermediario lingüístico” que precisa de un buen conocimiento de la lengua para la elaboración de sus textos.

Al contrario que en el lenguaje informativo, el de opinión, a veces busca elementos menos genéricos y más específicos que se dirijan a una mayor selección del público. Aunque los dos tipos de textos tienen como base la actualidad, los textos de opinión tienen como objetivo primordial la exposición de ideas y por eso a veces



recurren al uso de los verbos y sustantivos abstractos que le permiten expresar todo un universo simbólico. No obstante, el lenguaje periodístico en general es un “lenguaje mediador” cuya función es transmisión de hechos e ideas de forma adecuada e inteligible a un público lo más amplio posible (1979: 74).

Para Luisa Santamaría (1997: 161-162): “Los cánones lingüísticos de la codificación periodística son tan rígidos y poco flexibles para el relato. Por el contrario, los comentarios se construyen sobre criterios de gran libertad literaria [...] es preciso convenir que el comentario, en todas sus manifestaciones, tiene todas las similitudes de lenguaje y estructura perfectamente equiparables a cualquier texto literario”.

Martínez Albertos (1993: 189-191) coincide con Lázaro Carreter en la descripción del lenguaje periodístico. Es un lenguaje no literal; tampoco es coloquial dado que se aproxima al habla propia de los niveles cultos, es decir, es habla coloquial de nivel culto. De hecho, lo que caracteriza el lenguaje periodístico son los objetivos de eficacia y de economía expresiva. Así Martínez Albertos afirma que las características ideales son: corrección (lengua no literal, próxima a la lengua coloquial culta); concisión (frases cortas); claridad (modo indicativa y forma activa); captación del receptor (desde el principio del texto mediante un lenguaje expresivo); lenguaje de producción colectiva y lenguaje mixto (los distintos lenguajes que se condicionan entre sí).

De todo lo expuesto se nota que muchas características de la lengua periodística son la mera transposición de aquellas que Aristóteles expuso en su *Retórica*: la claridad, la corrección, la expresión adecuada y la elegancia.<sup>87</sup>

La claridad consiste en explicar lo que pensamos de manera que no provoca duda o ambigüedad. En cuanto a la claridad, Aristóteles va más allá y da algunos consejos para conseguir la claridad de la expresión. Propone utilizar sustantivos y verbos concretos, específicos, buscar el equilibrio en la exposición resumiendo cosas y mostrar naturalidad, es decir, lo más comprensible posible.

---

<sup>87</sup> Edición española de Aristóteles (1990: 485 y ss.).

La corrección (*puritas*) implica respetar las reglas del idioma en que se escribe. Por ejemplo, utilizar adecuadamente las preposiciones, diferenciar entre el género masculino y femenino y también el singular y plural.

La expresión será adecuada (*decoro*) si está de acuerdo con el tema y si se utiliza el tono más apropiado para eso. Él destaca la importancia de géneros y la conveniencia de cada género con unas características y tono propios.

La elegancia (*ornatus*) es la virtud de la belleza de la expresión y su función es deleitar el público. Para conseguir Aristóteles recomienda utilizar figuras y tropos. Con frecuencia la ornamentación se critica en el discurso periodístico donde la virtud de claridad es imprescindible aunque unos subgéneros de opinión, como la columna, admiten el uso moderado de las figuras y tropos.

En el lenguaje periodístico, como en cualquier otra expresión escrita, puede decirse que la calidad lingüística es el resultado de las tres partes fundamentales del acto de escribir que tiene su origen en la retórica clásica: *invención*, *disposición* y *elocución*. Las reglas retóricas se refieren a la concepción, a la configuración y la escritura del discurso lo que corresponde a las etapas que acabamos de mencionar. Antes de escribir cualquier tipo de texto se inicia un proceso comunicativo.

*Inventio*, la invención es sacar tema del mundo. Gonzalo Martín Vivaldi (1998) aconseja elegir cosas verdaderas, vividas u observables y a partir de allí buscar ideas y argumentos acerca de un tema determinado.

*Dispositio*, la disposición supone poner en orden las ideas y hacerlo buscando la eficacia persuasiva y, al final, la aceptación del público. En esta fase se prepara un esquema en el que se anotan las principales ideas que se van a elaborar. Estas ideas pueden seguir el orden natural (*ordo naturalis*) no solo en el sentido cronológico sino también en el sentido causal; o el orden artificial (*ordo artificialis*) por ejemplo con la énfasis de unos elementos y así llamar la atención y contrarrestar el aburrimiento. La disposición empieza con *introductio*, la introducción con el fin de despertar el interés del público. La segunda parte *narratio*, la narración explica brevemente el tema o asunto. Luego va *argumentatio*, la argumentación en la que se desarrolla un a prueba y

se manifiesta el punto de vista acerca de lo expuesto en la narración. La última parte, *peroratio*, la peroración es el final del discurso y contiene una repetición abreviada de la argumentación anterior y una apelación a los sentimientos del público, en nuestro caso serían lectores.

*Elocutio*, la elocución es la elaboración lingüística de las ideas ya planteadas. Es la parte más difícil y por consiguiente más importante de la retórica dado que supone dar forma definitiva a nuestro pensamiento e influye directamente a la capacidad de persuadir al público. A través del buen uso de la lengua, las ideas encontradas y ordenadas en las fases previas pueden lograr su fin persuasivo.

La invención y la disposición se ocupan de materia como fondo del discurso, el contenido (*res*) y no se pueden separar de la expresión lingüística (*verba*).

La *inventio*, la *dispositio* y la *elocutio* de la retórica clásica enseñaban cómo se ejercía la percusión y cómo se ganaba la adhesión del público. Este sistema que ha pervivido a lo largo del tiempo sirve como base de aprendizaje para lograr ordenar y exponer nuestras ideas. Aunque las demandas sociales nos llevan a establecer nuevas esquemas, que hemos intentado mostrar en el capítulo anterior, nos parece imprescindible volver a los orígenes.

### **3.5. El artículo periodístico**

Recordamos una vez más que según la mayoría de los estudiosos de periodismo se distinguen tres grandes modalidades o actitudes periodísticas: la actitud informativa, la actitud interpretativa y la actitud opinativa. El objetivo de nuestro análisis son las columnas que corresponden a la actitud centrada en la expresión de opinión.

El periodismo habla a través de los géneros que son el verdadero lenguaje periodístico junto con las secciones y los tipos de periodismo (Herrero, 1996: 13). Según Luisa Santamaría (1990: 107-108) y José Luis Martínez Albertos (1993: 263) la teoría de los géneros periodísticos se formula primero como una respuesta a las

necesidades de estudios sociológicos de carácter cuantitativo y luego se perfilará como una doctrina filológica que sirve de eficaz instrumento también para las valoraciones críticas de carácter lingüístico y literario. A continuación Santamaría afirma que lo referente al concepto general de género puede ser aplicable a los géneros periodísticos ya que nos sirven para clasificar y valorar los textos periodísticos (1990: 107-108).

Desde el punto de vista de los autores los géneros son “modelos de enunciación para la creación de sentido” y desde el punto de vista de los lectores, los géneros se presentan “como horizontes de expectativas” (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 79). “Los géneros periodísticos atienden a necesidades de información y reflexión, y dentro de su ejercicio realizan una particular forma de percibir y expresar la realidad, lo cual conlleva una específica manera de conocer los hechos presentados” (Liñan Ávila, 2006: 12).

Para Lorenzo Gomis (1991:45) es la función que cumple el texto lo que determina su clasificación y no la proporción de información y de opinión. Así que los textos se diferencian por el objetivo que pretenden, además de por los elementos que encierran. Cada periódico ofrece una amplia variedad en su forma de presentar la información y los comentarios y cada uno de los géneros periodísticos tiene peculiaridades en su manera de presentar y transmitir la información. "La información y el comentario son dos necesidades sociales distintas" (1991: 44-45). Hay que informarse para saber qué pasa y qué significa cada uno de los hechos en el conjunto de los acontecimientos actuales y por lo tanto la finalidad de los textos informativos e interpretativos es informar.

Sin embargo, hay que comentar y crear opiniones de las cosas que pasan para saber cómo nos pueden afectar y cómo actuar entre ellas y por eso nos sirven textos de opinión que tienen como objetivo expresar argumentativamente una idea e intentar persuadir a los lectores de ella. Comentar es una actividad complementaria a la de redactar para informar sobre la actualidad (Parrat, 2008: 138). Los textos de opinión que se publican en la prensa contienen opiniones de los hechos de actualidad que hemos conocido a través del resto de periódico.

Si el comentarista cubre menos temas de actualidad política que el narrador es porque su propia actuación confiere un mayor rango a los temas cubiertos: produce un efecto de halo. Las decisiones de exclusión, inclusión y jerarquización de los temas de la actualidad política que hace el narrador ofrecen al comentarista un primer repertorio de temas posibles, sobre el cual habrá de decidir sus propias exclusiones, inclusiones y jerarquizaciones. Comentar un tema es conferirle, ya, un rango más elevado que el de aquellos temas que sólo son narrados. Dedicarle un editorial es asignarle el más alto rango (Borrat, 1989: 131).

A la hora de clasificar los géneros de opinión muchos teóricos han utilizado el término “artículo”, “artículo de opinión” o “comentario” en sentido genérico para referirse a cualquier texto periodístico de opinión.<sup>88</sup> “Su definición puede tomarse como la exposición periodística de ideas provocadas por hechos que han sido noticia más o menos recientemente” (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 83). Puesto que en los artículos de opinión se interpretan y evalúan los sucesos noticiosos, su forma discursiva es la argumentación y su objetivo es expresar y provocar opiniones y razonamientos en torno del acontecer social cotidiano (González Reina, 1991: 6).

Este término genérico, según la mayoría de autores, engloba el editorial, la columna, el comentario, el suelto (más vinculados con las noticias) y, por el otro lado, el ensayo, la crítica, el artículo costumbrista, el artículo de humor, el artículo retrospectivo.<sup>89</sup> Todos estos textos de opinión, o, mejor dicho, subgéneros, tienen en

---

<sup>88</sup> Desde el punto de vista genérico corresponde a la denominación anglosajona *comment*.

<sup>89</sup> Más concretamente, José Luis Martínez Albertos menciona cuatro géneros fijos: información, reportaje, crónica y artículo. Dentro del artículo incluye el editorial, el comentario (lo equipara con la columna), la crítica, el ensayo, artículo costumbrista, de humor, retrospectivo (1993: 271-273).

Para Juan Gutiérrez Palacio (1984) los géneros de opinión son el editorial, la columna, el artículo (ensayo, costumbrista, de humor, retrospectivo) y la crítica.

Gonzalo Martín Vivaldi (1998) hablando del artículo habla del artículo de costumbres, de humor y del ensayo aunque en el apéndice define también la noticia, el editorial y la columna.

Luisa Santamaría (1990, 1997, 2000) distingue las cuatro modalidades del comentario entendido en sentido genérico: el editorial, el suelto, las columnas y la crítica.

Lorenzo Gomis (1991: 44-47) igual que Santamaría se refiere de manera genérica al comentario y distingue sus géneros y subgéneros: el editorial, el artículo, las cartas de los lectores, las críticas, los comentarios.

Susana González Reina (1991: 6) afirma que el editorial, el artículo de fondo, la columna y el ensayo son artículos de opinión.

Emy Armañanzas y Díaz Noci (1996) equiparan la expresión texto de opinión o texto argumentativo con los conceptos genéricos de comentario y artículo. Distinguen entre editorial, suelto, columna y el artículo en sus diversas variantes (el ensayo, la tribuna libre, el artículo costumbrista y el retrospectivo).

común el hecho de que operen con las ideas y deduzcan consecuencias de unos acontecimientos más o menos actuales. A diferencia del género informativo, no es obligatorio el sometimiento a la actualidad informativa del día. También son textos retóricos argumentativos que buscan la persuasión que está fundamentada en el prestigio de quien escribe y representa la prueba del argumento de autoridad garantizada por el conocimiento de los expertos y la influencia que tiene el periódico en la sociedad. Lo que nos interesa en esta tesis doctoral son las columnas. A continuación intentaremos definir y describir sus características más importantes.

### **3.6. La columna periodística**

Las columnas periodísticas tienen larga tradición histórica y se han convertido en un subgénero básico dentro del periodismo de opinión. “La columna es un artículo razonador, orientador, analítico, enjuiciativo, valorativo -según los casos- con una finalidad idéntica a la del editorial. La fundamental diferencia es que la columna lleva firma y vale tanto como lo que valga su firma” (Martínez Albertos, 1993: 372). La firma se convierte en “la medida de su valor” (Herrero, 1996: 104).

Así se produce en la columna, lo mismo que con el editorial, una figura retórica por la cual el nombre propio se convierte en apelativo. Esta figura se llama antonomasia. Al público le gusta la visión personal de quien escribe así que la intimidad, la confidencia, la confesión de lo que ocurre es lo que resulta más atrayente al público. Además, a los periódicos les conviene más que, en caso de error, sea el columnista el que se equivoque y no todo el periódico.

El término columna periodística es resultado de una metonimia, de práctica de ocupar un espacio especial en los periódicos. Con este término se designa un artículo firmado que se publica con regularidad y que ocupa un espacio predeterminado en los

---

Natividad Abril Vargas (1999) distingue entre el editorial, el ensayo, artículo de costumbres, de humor, retrospectivo, cartas al director, tribuna abierta, el comentario, la columna.

Sin embargo, Esteban Morán (1988) no habla del artículo. Él cita el editorial, el comentario, la columna y la crítica.

periódicos. En este caso sería el criterio espacial para definir este subgénero periodístico. Si tomamos en cuenta el criterio normativo, el asunto se complica un poco más dado que la variedad en todos los sentidos es la característica primordial de las columnas periodísticas. La columna goza de una plena variedad y libertad lingüística y retórica y lo que importa es tanto la expresión como su contenido (Santamaría, 2000: 288).

La columna es el género periodístico más libre “[...] porque uno escribe lo que le da la gana y como le da la gana, siempre y cuando, claro, tenga fundamento” (Morán, 1988: 164). El columnista, en principio, tiene derecho a mantener sus puntos de vista frente al editor, aunque el director/editor puede suprimir la columna que crea necesaria.<sup>90</sup> No obstante, también es un género que más responsabilidad exige dado que “[...] en cada artículo se juega uno su prestigio” (ibídem). Por lo tanto, la columna tiene tres características fundamentales que configuran su esencia: su periodicidad, la titulación fija en nombre y en topografía y su carácter eminentemente personal y emotivo.

En cuanto a temática, según Santamaría (2000: 289):

[...] se preocupa por aquellos hechos o asuntos que no han podido ser noticia ya que no han pasado los filtros de selección; otras veces extrae datos que han pasado inadvertidos en las informaciones apresuradas y los valora en su justa medida; también, simplemente, puede ser un análisis personal sobre hechos acaecidos. O una simple reflexión. O un entretenimiento literario. En realidad, al columnista no se le contrata para escribir sobre algo concreto... sino para escribir, sin más. Importa su firma y la manera en que ésta represente al periódico.

Por consiguiente, “la columna es un texto de opinión de periodicidad y ubicación fijas, que enjuicia cualquier tema, más o menos actual, redactando con gran libertad expresiva, generalmente por un colaborador fijo, periodista o no” (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 123). Ser columnista es un estatus privilegiado dentro de la profesión.

---

<sup>90</sup> Aunque la opinión del columnista no tiene por qué coincidir con la línea editorial del medio, parece obvio que éste prefiere que se halle, desde el punto de vista ideológico, más identificado con los principios éticos del periódico (López Hidalgo, 1996: 181).

Dada su variedad, es difícil definir la columna y con esa definición englobar todos sus significados. Sin embargo, todas las columnas tienen algo en común. Todas tratan de extraer datos de la realidad periodística o de sus propias vivencias y pasarlas por la propia ideología vestida con un lenguaje intimista y la libertad expresiva (Santamaría, 2000: 302). Por lo tanto, la columna se convierte en un discurso retórico donde el Yo del que habla (*ethos*), la apelación a las emociones del auditorio (*pathos*) y el contenido reflexivo o conocimiento comunicado (*logos*) no fallan en su eficacia persuasiva, tal como propone Aristóteles en su *Rerórica*.

Sin embargo, los columnistas persuaden fundamentalmente a través de la vía del *ethos*, el carisma, la actitud del orador y su habilidad de acercarse al público y atraerlo cualquier que sea el tema. El *ethos* es para Fernando López Pan (1996: 28) el principal recurso retórico de la columna que simultáneamente empezó a perfilarse como elemento característico y configurador de este subgénero. Es la cualidad que hace al autor de un texto digno de confianza ante sus lectores y la autoridad moral con la que se dirige a ellos. El carácter persuasivo se ancla en el *ethos* (López Pan, 1996: 127). Cuando el columnista construye su texto, lo hace pensando en el tipo de lector que sabe lo que lee y que le sigue día a día (Herrero, 1996: 105). Según Umberto Eco (1981) para que un mensaje sea recibido y comprendido en su integridad, es necesario que los códigos, tanto del lenguaje como de la cultura, sean comunes al autor y al receptor.

Luisa Santamaría distingue entre las columnas analíticas y las columnas personales (2000: 295). Su clasificación se basa en la distinción que hace Martínez Albertos (1993: 375) entre lo que es un comentarista y un analista. Analista es "una persona que escribe el análisis o explicación objetiva de los hechos noticiados y que aporta los datos precisos para interpretarlos correctamente". Por el otro lado, el comentarista es "[...] persona que enjuicia subjetivamente los acontecimientos y que manifiesta de manera explícita su opinión" (ibídem).

Por lo tanto, las columnas analíticas son trabajos de periodistas especializados en determinadas áreas que explican datos que la noticia como género informativo no puede explicar, dado que eso la alejaría de la función de relatar hechos con urgencia. El objetivo de columnas analíticas es interrelacionar hechos, contextualizarlas dentro del



contexto histórico y situar las posturas que ha provocado (Santamaría, 2000: 295). Este tipo de columnas es mucho más frecuente en el periodismo anglosajón que en el periodismo de España. Tampoco es algo que es el objeto de estudio en esta tesis doctoral. Lo que nos interesa son columnas personales.

Para Francisco Umbral, la columna es “el soneto del periodismo. [...]El secreto de la columna es como el secreto del soneto. O se tiene, o no se tiene.”<sup>91</sup> Por eso los columnistas son muy buenos escritores, de mucho éxito, que manejan perfectamente estas “piezas cortas, artículos que van desde la argumentación brillante hasta el recurso de la fábula como método expresivo y persuasivo” (Santamaría, 2000: 300). Para Martínez Albertos (1993: 382) la columna personal es “una forma expresiva a mitad de camino entre la literatura y el periodismo”<sup>92</sup>.

Se llama columna personal a unos guetos privilegiados del periodismo impreso definidos por los siguientes rasgos: son espacios concedidos como cheques en blanco a escritores de indudable nombradía para que escriban de lo que quieran y como quieran, con la condición de que no se extralimiten del número de palabras previamente acordadas y de que respalden con su firma las genialidades o las tonterías que decidan en cada uno de sus artículos.

Para Fernando López Pan (1996: 11-32) el secreto de la columna es la atmósfera de intimidad. Responde a la necesidad de saber qué piensan las personas que merecen nuestra confianza y por lo tanto se convierte en el último grado de periodismo personal. Para conseguir esta complicidad o familiaridad con el lector, el columnista dispone de varios recursos: apelaciones directas al lector, el tuteo, la pregunta, un lenguaje popular, exclamaciones, etc.

Para concluir, podemos resumir las características típicas de las columnas periodísticas:

- La columna tiene como objetivo “[...] formación, divulgación y entretenimiento; que ayuda a orientar la opinión pública sobre los asuntos de mayor interés y que completa la lectura de los acontecimientos informativos publicados en las

---

<sup>91</sup> Tomado de Santamaría 2000: 300.

<sup>92</sup> Antonio López Hidalgo dice que la columna funciona “a modo de cordón umbilical entre el periodismo y la literatura” dado que “su lenguaje no es ajeno a cualquier tipo de innovación, tal como ocurre con los géneros literarios” (1996: 130).

distintas secciones proporcionando el significado de los mismos, según el particular punto de vista de sus autores” (Herrero, 1996: 104).

- Según Esteban Morán (1988: 163) la extensión moderada es uno de los factores de éxito de la columna ya que facilita su lectura.
- Ubicación, periodicidad fija y firma. “Columna es el espacio fijo que un medio de comunicación asigna a una determinada firma” Columna es "espacio periodístico reservado a un determinado escritor o periodista para que para que él escriba sobre temas de actualidad que tengan interés público" (Martín Vivaldi, 1998: 332).
- Variedad temática. Los temas van desde lo más serio hasta lo más cotidiano. De hecho, “puede haber columnismo en relación con cualquier actividad humana que se presente con una cierta continuidad en el tiempo y que sea capaz de atraer la atención de un número importante de lectores” (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 128).
- Riqueza léxica. El lenguaje es tan variado que en el mismo texto pueden coincidir las expresiones más barrocas con el lenguaje más frío, más sobrio; lo más culto con lo más popular, el argot, los refranes hasta vocablos en desuso (Armañanzas y Díaz Noci, 1996: 126). Debido a su diversidad en tono y contenido y también a su carácter informal el humor, el juego de palabras y de ideas juegan un papel importante. Por la riqueza léxica las columnas llegan a ser brillantes en el estilo y ofrecen a los lectores un enfoque original, diferente de los acontecimientos, más o menos recientes, y sus consecuencias.
- El estilo de la columna es totalmente libre de modo que la columna como un género más inmerso en el mundo de creación da más posibilidades innovadoras (López Hidalgo, 1996: 143).

Para concluir, hay que mencionar que la columna es muy atractiva para todo tipo de medios y para todo tipo de públicos dado que cubre todo tipo de temas, de estilos,

lenguajes y medios. Por lo tanto, a continuación intentaremos marcar una relación entre un género nuevo e híbrido, el blog con la columna.

### 3.7. Nuevas tendencias del periodismo

Los medios de comunicación de masas desempeñan un papel destacado en la sociedad moderna y transmiten discursos que influyen en todos los ámbitos sociales. Debido a la aparición de nuevas tecnologías y a su rápido desarrollo se producen constantemente cambios en la manera de persuadir a un público muy variado y muy numeroso.

El auge de Internet plantea un reto particular a los sistemas informativos tradicionales, entre ellos la prensa. Sin ninguna duda, Internet ha modificado, de manera bastante significativa, la carrera de periodismo. En muchas partes del mundo, las ventas de periódicos vienen disminuyendo desde comienzo de los años 2000, y algunos han optado por distribuir solamente versiones electrónicas de sus publicaciones.

Internet es una plataforma que brinda diversidad de servicios, información al instante y un medio de comunicación que rompe con las fronteras geográficas. La red, como también se le conoce, es un medio que por su capacidad y evolución constante provoca cuestionamientos sobre el futuro de la comunicación en general, los cambios en los medios tradicionales y la profesión periodística en particular. Con todas estas posibilidades y con la afirmación de muchos expertos en las tecnologías y tendencias de las comunicaciones de que cualquiera con un ordenador y conexión a la red podía llamarse periodista, surge la pregunta ¿qué pasa con el periodismo profesional?.

En la sociedad de la información es evidente que el periodismo está tomando nuevos rumbos, vislumbrando importantes cambios, no sólo en lo que se refiere al desarrollo de infraestructuras tecnológicas y de sistemas, programas y aplicaciones informáticas, sino también en cuanto al flujo y tratamiento de los contenidos. Además, el *participatory journalism* (periodismo participativo) está creando una nueva forma del periodismo, la de una producción de noticias colaborativa y *online* (Obijiofor,

2011:177) La idea de un periodismo participativo que supone la intervención de los ciudadanos garantiza una visión más completa de la realidad (López García y Otero López, 2007: 76).

A inicios del siglo XXI surge una nueva forma de hacer periodismo, con características que responden a la inmediatez, la omnipresencia, el acceso global a la información, nuevas características multimedia y el aumento de la participación de la audiencia denominado periodismo digital. Se diferencia por su instantaneidad, interactividad y accesibilidad a nuevas fuentes de información, con un valor agregado como lo es la hipertextualidad, la cual ofrece al lector una información más profunda. Este tipo de periodismo se vale de servicios en Internet y nuevas herramientas de comunicación para informar de manera inmediata, con actualizaciones las 24 horas al día, los siete días a la semana y con servicios de suscripciones en diferentes dispositivos móviles.

Ser periodista en el siglo XXI es una tarea mucho más compleja que inevitablemente requiere de una preparación científica, intelectual y tecnológica. Periodista se enfrentan a nuevas tecnologías de comunicación y un receptor diferente. También, Internet ha revolucionado los contenidos, por lo que el usuario ahora tiene la posibilidad de aportar contenido a través de sus comentarios. Así que los periódicos tienen que dejarles esa posibilidad abierta de dejar sus comentarios en la mayoría de textos que publican. Así la hegemonía periodística como *gatekeepers*<sup>93</sup> (guardián) es amenazada por la audiencia que puede participar activamente en la creación y difusión de noticias (Singer, 2006: 268).

Por encima de todas las tendencias informativas, actuales o pasadas, el periodismo permanece asociado a la esencia misma del ser humano, amante de la verdad, información y buscador incansable del conocimiento, sin importar la forma en la que obtiene la información (periódicos impresos o digitales, a través de ordenador, la tablet o el móvil).

---

<sup>93</sup> Jane Singer se sirvió de la teoría de *gatekeepers* que se refería al papel del editor, "[...] the editor served as a gate between all the events reported in a day and those relative few that readers would have an opportunity to see" (2006: 267). Así constató que con la aparición de Internet el rol del profesional que decide lo que el público tiene que saber está decayendo profundamente.

Entre 1993 y 1995, un gran número de empresas editoras de prensa diaria, en su mayoría estadounidenses, decidieron publicar información en la plataforma de Internet. De esta forma, muchos diarios se sumaron a la nueva plataforma digital así que ahora casi todos periódicos tienen sus versiones *online*. La idea es conectar el mundo real con el mundo *online*, un mundo en el que el acto de conectarse dejará de ser ocasional, se volverá algo natural. El Internet como ningún otro medio de comunicación logró una audiencia de millones de personas en corto tiempo. Pretende ser un medio de comunicación integrado y democrático para los usuarios. Un medio en donde los comunicadores de la información debían iniciar un proceso de actualización de conocimientos para formar parte de la denominada convergencia. Con solo un clic se puede encontrar la información que se busca, se pueden expresar ideas en varias maneras (portales online, blogs, posts en redes sociales), se puede conectar a una red social de millones de personas con intereses en común y lo más sorprendente era la inmediatez con la que podía comunicarse con otra persona que está al otro lado del mundo.

Levi Obijiofor (2011: 178) cita a Williams y Delli Carpini (2004: 1212), que identifican varias maneras en las que tecnologías han transformado la práctica periodística como el incremento de las noticias, el *empowerment* de los consumidores de noticias, que ahora son también productores de noticias, mayor grado de interacción entre periodistas y lectores y la rapidez con la que los periodistas recopilan e informan. Además, Internet permite más oportunidades para almacenamiento y recuperación de noticias, informaciones y data y, por lo tanto, permite no solo a los periodistas sino también a los lectores verificar datos acceder a la información contextual más rápido y sin muchos esfuerzo (Obijiofor, 2011: 197).

Sin embargo, el hecho de que algo esté en Internet no significa que es una información verdadera y exacta y eso puede ser una de las inconveniencias del periodismo digital. Dado que el objeto de nuestro corpus son columnas de dos periódicos de reconocimiento internacional y los autores de columnas de que hemos elegido son de mucho prestigio en su profesión, ese hecho no supone ninguna inconveniencia para nuestro análisis.

Una de las características más importantes del Internet es, sin duda, el hipertexto ligado al fenómeno de la comunicación no lineal. Aunque la comunicación no lineal está presente desde la antigüedad, con la aparición de Internet y las nuevas tecnologías, se ha convertido en un elemento imprescindible. Para George P. Landow el hipertexto es “una tecnología informática que consiste en bloques de texto individuales, las lexias, con enlaces electrónicos que los enlazan entre ellos que” (Landow, 1997: 17) y debería asociarse con la lectura no lineal y no a una tecnología en sí mismo.

[...] el hipertexto, que no es secuencial, no responde a las claves tradicionales de la lectura, sino que se apoya en la capacidad de la mente humana para relacionar ideas, hechos y datos diferentes. Así a través de links o enlaces incluidos en el texto principal, se facilita el acceso a archivos conectados entre sí (Mirón López, 2007: 210).

A través del hipertexto los contenidos se pueden personalizar y también permite intervenir en el proceso de creación de estos contenidos a través de sus comentarios que supone otro aspecto clave en la era digital (Martínez Mahugo y González Esteban, 2007: 131).

Este aspecto clave en la era digital es la idea del periodismo participativo que ya la hemos mencionado. El papel que juega la audiencia en los medios de comunicación es cada vez más significativo de modo que “el protagonismo se centraliza en la audiencia” (López García y Otero López, 2007: 77).

Tradicionalmente, la participación se reducía a las cartas de lectores al director o en los casos extremos llamadas de protesta a la redacción. Las versiones online de periódicos dan más posibilidad de participación a sus lectores y así la comunicación deja de ser unidireccional. La interactividad se define como “la capacidad de acción del usuario sobre el producto multimedia que se le presenta” y supone “el mayor cambio cualitativo” que se produjo en los medios desde la aparición de Internet (López García y otros, 2003: 81).

La interactividad es una realidad. Hay una pluridireccionalidad en el deslizamiento de la información, con un papel activo del usuario en la selección y manejo de las informaciones. El usuario de estos medios asume un papel activo. [...] La interactividad es, además, un presupuesto democrático ya que una democracia requiere ciudadanos activos. No todos tenemos las mismas oportunidades de participar en el discurso público, gracias a Internet se democratizan realmente esas opciones (Zamarra López, 2007: 31).

La interacción entre los periodistas y sus lectores ha llevado a la *demystification of journalism* de modo que el periodista de hoy en día no es el único constructor de la mirada social (Obijiofor, 2011: 181).

La máxima expresión de la interactividad y del periodismo participativo son los blogs o bitácoras personales (Zamarra López, 2007: 32). Sin embargo, es uno de los antiguos debates si los blogs son periodismo o no. Orihuela advierte que es importante separar el medio del género. “El Weblog es un nuevo tipo de medio” (Orihuela, 2006: 159). Desde el punto de vista de los géneros, los weblogs pueden ser cualquier cosa, incluyendo periodismo (Orihuela, 2006: 156).<sup>94</sup> Sin embargo, los que son periodismo, no lo son por weblogs, sino por otras razones (ibídem).

José Luis Orihuela (2006: 155-162) afirma que los blogs no van a sustituir al periodismo ni a los medios tradicionales pero les están haciendo cambiar de modo que los medios tradicionales y los blogs tienen funciones complementarias. La mayoría de los bloggers que escriben y expresan su opinión acerca de temas de actualidad no pretenden ser considerados como periodistas. No obstante, muchos medios tradicionales han incorporado los blogs para dar voz a sus informadores profesionales o expertos en ciertos temas y como parte de su oferta informativa. También periodistas o colaboradores de las secciones de opinión a la vez publican sus columnas publicadas tanto en versiones impresas del periódico como en versión digital y lo denominan blog de modo que ambos soportes se retroalimentan y se publican mutuamente (Zamarra López, 2007: 32).

Una de las razones por las que los blogs se incorporan cada vez más es que la audiencia busca nuevos lenguajes y formas de interactuar con los medios; y los escritores y periodistas nuevas formas de expresarse y una oportunidad para diseñar nuevos productos y escuchar más a la audiencia de manera que los blogs tal vez ofrecen esa posibilidad (Noguera Vivo, 2008: 120-121). Los medios deberían aprender y adoptar ciertas reglas de la Blogosfera entre las cuales Orihuela destaca: entender el

---

<sup>94</sup> Sin embargo, dos universidades norteamericanas, la de Periodismo de Berkeley y la Escuela de Comunicación de Annenberg (Universidad de California) consideran los blogs como una nueva forma del periodismo y los han incluido en los planes de estudio (Frascaroli, Fernández Sande y Millán Paredes, 2007: 162).

periodismo como una conversación, darle un toque más personal a las noticias, aumentar la variedad de fuentes, gestionar mejor los errores cometidos, informar verdaderamente en tiempo real e incorporar nuevos formatos y temas (2006: 71-72). Sin embargo, el mismo autor destaca que el proceso por el que los medios tradicionales de comunicación están implementando bitácoras en sus ediciones podría definirse como una “canibalización”:

La canibalización mediática de los weblogs es el proceso que consiste en reconvertir a columnistas en supuestos bloggers, rebautizar como weblogs a las columnas de los medios online, o en el mejor de los casos, incorporar a bloggers a las plantillas de los medios (Orihuela, 2006: 158).

Por lo tanto, aunque existe una tendencia de igualar el periodismo de opinión con blogs hay que tener en cuenta que blog va más allá y que “se trata evidentemente de apuestas un poco arriesgadas de los cibermedios por el formato blog, por moda, sin convicción” (Noguera Vivo, 2008: 136). Sin embargo, esa tendencia de convertir una columna en blog ha provocado algunas transformaciones interesantes:

“la columna de opinión tradicional se convierte en un foro de discusión en el que el columnista aporta el primer comentario y la credibilidad necesaria al artículo, pero que después deja el paso a libre a los lectores para que sean ellos los que desarrollen el tema con sus comentarios” (Martínez Mahugo y González Esteban, 2007: 139).

Para concluir, se puede resumir que interactividad, multimodalidad, multimedialidad, hipertextualidad y democratización son los aspectos más significativos que nos ha traído Internet en todos sus aspectos entre cuales también está periodismo.<sup>95</sup>

---

<sup>95</sup> Rafael Carasco Polaino distingue tres etapas en el desarrollo de la información periodística en Internet tomando la denominación periodismo 1.0, 2.0, 3.0. Periodismo 1.0 es el que trasvasa el contenido tradicional de medios analógicos al ciberespacio. Periodismo 2.0 es “la creación de contenido en y para la Red, sumando sus características de hipertextualidad, interactividad, multimedias, etc.” Periodismo 3.0 es “la socialización de la información periodística a través de una conversación virtual en la que los participantes intervienen en el propio mensaje” (2007: 341-342).



### 3.8. Recapitulación de los conceptos teóricos

El objetivo de este capítulo ha sido intentar aproximarse al periodismo de opinión desde el punto de vista comunicativo y de los medios de comunicación. Hemos empezado con la idea de que periodismo es una de las formas que la antigua retórica ha adquirido en la época moderna. Periodismo es una disciplina relativamente moderna que tiene los mismos objetivos que la retórica clásica, el de transmitir ideas a través de la palabra y persuadir el auditorio.

A continuación hemos visto un breve resumen de la evolución periodística donde, según la mayoría de los estudiosos de periodismo, se distinguen tres grandes modalidades o actitudes periodísticas: la actitud informativa, la actitud interpretativa y la actitud opinativa. Sin embargo, hemos ido más allá y hemos definido toda la labor periodística como método de la interpretación de la realidad. El periodismo y, en general, los medios de comunicación, no son meros transmisores de la realidad social, un reflejo de la misma sino son agentes activos que construyen la realidad de modo indirecto y sutil. La gran capacidad persuasiva del periodismo está en la imagen que se está mostrando al público a través de los hechos que medios seleccionan para crear noticias.

Hemos intentado distinguir entre los conceptos de persuasión y convicción y hemos situado el periodismo en el ámbito de la persuasión siendo los géneros de opinión vehículos de la persuasión explícita, mientras que los informativos presentan la persuasión implícita puesto que aspiran convencer al público con noticias que en principio deberían ser representaciones objetivas y veraces de los hechos.

Dado que ya hemos definido el periodismo como un proceso de construcción de la realidad, tenemos en cuenta que esa construcción se hace mediante el lenguaje y que la variación lingüística está determinada por la posición ideológica del interlocutor o receptor. Cada género tiene un propio camino de comprensión de la realidad y, por lo tanto, de expresión de la misma así que en el apartado del lenguaje periodístico hemos visto unas características principales del lenguaje y estilo que vamos a elaborar con más detalles en los capítulos siguientes analizando nuestro corpus.

El objetivo de nuestro análisis son las columnas que pertenecen al género de opinión. Por lo tanto, a continuación hemos intentado definir la columna y ver cuáles son las características principales que nos pueden ayudar en el análisis de los datos.

El último apartado de este capítulo lo hemos dedicado a las nuevas tendencias en el periodismo debidas a la influencia de Internet y las nuevas tecnologías. Hemos visto que interactividad, multimodalidad, multimedialidad, hipertextualidad y democratización son los aspectos más significativos que nos ha traído Internet en todos sus aspectos entre cuales también está periodismo.

A continuación intentaremos describir y especificar los instrumentos y conceptos fundamentales del marco teórico que nos servirán para establecer las bases del estudio.

#### **4. BASES PARA EL ESTUDIO. INSTRUMENTOS Y CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL MARCO TEÓRICO**

Después de hacer una primera aproximación al tema que ha consistido en recordarnos y revisar las teorías y estudios de la argumentación que consideramos que han tenido mayor influencia en la historia de los estudios de la argumentación, ahora nos vamos a centrar en las teorías y aspectos que consideramos de mayor importancia para esta tesis doctoral y que constituyen las bases para el estudio de la argumentación en las columnas.

Hemos hecho un recorrido desde las perspectivas lógico-retóricas hasta las teorías contemporáneas que conciben la argumentación como un fenómeno social, discursivo y dialógico. Aunque algunas teorías se centran demasiado en la validez de los argumentos que forman parte del razonamiento; otros no toman en consideración los factores extralingüísticos que rodean la argumentación; y otras tienen una concepción distinta de lo que es forma dialógica; la revisión nos ha servido como punto de partida para analizar las columnas periodísticas, textos tradicionalmente considerados como argumentativos, de una manera profunda y sistemática.

Como ya hemos visto, los postulados sobre la argumentación se remontan a la Antigüedad clásica. A mediados del siglo XX, Perelman y Olbrecht-Tyteca retomaron las ideas fundamentales dentro del marco de *la nueva retórica*. La teoría de la argumentación que ellos proponen es "el estudio de las técnicas discursivas que permiten provocar o aumentar la adhesión de las personas a las tesis presentadas para su asentimiento". La idea de la argumentación como una dimensión discursiva ha llevado a los autores al planteamiento de que no hay argumentación fuera del discurso: "Toda acción [...] que pretenda obtener la adhesión queda fuera del campo de la argumentación en la medida en que ningún uso del lenguaje la fundamenta o interpreta". Anscombe y Ducrot han desarrollado esta idea cuando propone que toda actividad lingüística constituye una argumentación: "es un rasgo constitutivo de muchos enunciados, el que no se los pueda emplear sin pretender orientar al interlocutor hacia un tipo de

conclusión (por el hecho de que se excluye otro tipo de conclusión)" (Anscombe y Ducrot, 1994: 48). También conciben la argumentación en relación con la persuasión así que en este aspecto también coinciden con Perelman y Olbrecht-Tyteca ya que para ellos argumentar supone la pretensión de cambiar un orden preexistente. Anscombe y Ducrot han introducido el aspecto de la finalidad persuasiva (1994: 45-46): "Argumentar para C por medio de A (emplear A *en favor de* la conclusión C) es, para nosotros, "presentar A como si tuviera que llevar al destinatario a concluir C", "dar A como una razón para creer C".

A partir de lo que hemos visto revisando diferentes teorías de la argumentación desarrolladas recientemente, consideramos que la teoría de Anscombe y Ducrot es más adecuada y nos puede proporcionar más recursos y herramientas teóricas para cumplir los objetivos predeterminados. Por tanto, a continuación vamos a exponer los conceptos fundamentales del marco teórico que nos han servido como base para el estudio.

#### **4.1. La Teoría de la Argumentación en la Lengua<sup>96</sup>**

La teoría de argumentación desarrollada por Anscombe y Ducrot ha de situarse en el campo de una semántica pragmática o semántica integradora de elementos pragmáticos. Aunque su teoría es una teoría semántica, su visión de la semántica es particular y se separa de las concepciones clásicas. De hecho, uno de sus objetivos era mostrar los problemas que conlleva la separación tradicional entre la sintaxis, la semántica y la pragmática inspirada por Morris, que supone que esos tres aspectos son independientes y que cada uno trabaja sobre los resultados del otro. Por tanto, la *Teoría de la Argumentación en la Lengua* pretende construir una semántica integrada en la

---

<sup>96</sup> La traducción al español de esta obra no coincide por completo con la versión original en francés (Anscombe y Ducrot, 1983). Además del prólogo de Marta Tordesillas en el que nos presenta la teoría, los autores han introducido nuevos capítulos y suprimir otros por lo que se puede decir que se libro actualizado y casi nuevo.

quese incluyen ciertos elementos pragmáticos.<sup>97</sup> Sin embargo, los autores no niegan que se pueden construir usos pragmáticos a partir de los enunciados, sino que hay ciertos valores pragmáticos que es necesario integrar en la semántica. Ya hemos mencionado que el interés por la pragmática no ha revolucionado solo el estudio del lenguaje en general sino también el estudio de sus disciplinas y ámbitos en particular, como la argumentación. De este modo, la Teoría de la Argumentación en la Lengua de Anscombe y Ducrot no es la única que se ha visto influida por la pragmática.

Otra teoría de la argumentación influida por la pragmática es la teoría pragmadialéctica de Van Eemeren y Grootendorst. A pesar de tener la pragmática como punto de partida, estas dos teorías son radicalmente distintas entre sí. Mientras el trabajo de Anscombe y Ducrot se centra más en el contexto lingüístico y en la estructura interna del discurso, la teoría de Van Eemeren y Grootendorst es la primera que toma en consideración el marco social y se centra en la adecuación de los enunciados a la situación externa. Para estos dos autores todo discurso argumentativo es considerado como un macroacto de habla en el que se trata de resolver un conflicto de opiniones. Por tanto, lo pragmático de este enfoque es que los pasos en la resolución de las diferencias de opinión se conciben como, actividades verbales, actos de habla llevados a cabo en un contexto específico. Así concebida la argumentación podrá tratar todo lo que es situacional o conversacional.

La idea de semántica pragmática de la teoría de Anscombe y Ducrot está reflejada en la obra de Oswald Ducrot (1990), *Polifonía y argumentación*, en la que el mismo autor afirma: “No puedo pensar que exista en la significación un sector puramente objetivo que no esté contaminado de intenciones pragmáticas”.

Anscombe y Ducrot han desarrollado la teoría de la argumentación desde una posición discursiva más amplia de tal modo que la argumentación se considera una característica del discurso humano que se manifiesta a través de marcas lingüísticas y discursivas concretas. Su trabajo se centra más en el contexto lingüístico y en la

---

<sup>97</sup> A continuación, para referirnos a esta obra, vamos a utilizar la abreviatura ADL (*L' Argumentation Dans la Langue*) que corresponde al título de la obra, que desarrolla la teoría en su versión original, en francés.

estructura interna del discurso y, por tanto, para ellos es imposible hablar sin argumentar. Con cada intento de comunicarse se transmite una información orientada hacia algún tipo de conclusión.

«La lengua es fundamentalmente argumentativa. Esto no significa que los enunciados siempre sirvan para extraer conclusiones, sino que el significado de las oraciones debe comportar indicaciones respecto al valor argumentativo del enunciado-ocurrencia de esa oración. Repitémoslo, ese valor argumentativo no tiene un valor conclusivo, puede servir como tal, pero no es básicamente más que una indicación de dirección.» En Anscombe y Ducrot, (1991) y(1994: 132)

Las hipótesis fundamentales de la ADL son:

- La significación de las palabras no es informativa, sino argumentativa. Una serie de instrucciones que indican las posibles dinámicas discursivas que se derivan de la misma constituyen el valor semántico de una unidad lingüística. la significación de un término nos da instrucciones acerca de las posibles dinámicas discursivas deducibles a partir de él.

Dentro de este marco, y llevando el razonamiento hasta el límite, se llega a decir que nunca hay valores informativos en el nivel de la frase. No sólo no hay frases puramente informativas, sino que ni siquiera hay, en la significación de las frases, componente informativo, lo que no significa que no haya usos informativos de las frases. Todo lo que queremos decir, es que tales usos (pseudo) informativos son derivados de un componente más «profundo» puramente argumentativo. Se deben a un uso utilitario particular del lenguaje y a cierta ideología racionalizante Benveniste decía logicizante, que sólo puede desarrollarse disimulándose y que se disimula prestando a las palabras el poder intrínseco de representar las cosas. (Anscombe y Ducrot [1983] 1994: 214)

- La estructura lingüística de los enunciados determina la función argumentativa. Por tanto, son las unidades lingüísticas que emplean los interlocutores las que regulan la orientación argumentativa de un segmento discursivo.

Los fundamentos teóricos propuestos por Anscombe y Ducrot en 1983 suponen la introducción de nuevos conceptos, en particular el de *topos*. Por eso y como consecuencia de ciertas adaptaciones y modificaciones, en la actualidad la teoría de la argumentación suele denominarse *teoría de los topoi*.

La evolución de la ADL está orientada hacia planteamientos cada vez más alejados de la concepción representacionista y más cercanos al carácter subjetivo de la lengua.

Según la concepción tradicional, la argumentación ocurre cuando un segmento discursivo es presentado como justificación de otro, entendido este segundo conclusión. Por tanto se produce una relación de implicación entre el hecho y la conclusión y la relación concebida no es de orden lingüístico y no está determinado por la lengua. No obstante, según la hipótesis de la teoría de *L'argumentación dans la langue*, la argumentación está inscrita en la lengua, en las frases mismas. Por tanto, la tesis general de la teoría es que la frase contiene en sí misma instrucciones que conllevan una serie de constricciones. A partir de esta idea general se han producido dos fases en el desarrollo de la teoría.

#### **4.1.1. Primera fase de la Teoría de la Argumentación en la Lengua**

Como ya hemos visto, la idea de que la significación de palabras es de naturaleza argumentativa y no informativa es el punto central de su teoría, que es fruto de una investigación sistemática que empezó con el estudio de conectores del tipo *pero* e *incluso*. Aunque, tradicionalmente, se consideraba que estos elementos sirven para expresar las relaciones existentes entre hechos extralingüísticos de las que la lengua se limitaba a ofrecer un reflejo, esos conectores también implican cierta potencialidad argumentativa de los sintagmas que relacionan.

Precisamente este hecho es lo que incentivó una línea de investigación enfocada en la idea de que los valores argumentativos ya están implícitos en la significación de palabras y lo que llevó a los investigadores a desarrollar su teoría. En de la fase inicial podemos distinguir diferentes etapas que vamos a presentar a continuación:

- El descriptivismo radical
- El descriptivismo presuposicional
- La argumentación como un constituyente de la significación

- La argumentatividad radical.

#### 4.1.1.1. *El descriptivismo radical*

La argumentación se entiende básicamente como un conjunto de dos segmentos de discurso; uno que constituye el argumento, y el otro, la conclusión. La ADL parte de la hipótesis de que los encadenamientos argumentativos se basan en los hechos así que la función de la lengua es de describir esos hechos. Por tanto, para que un enunciado se pueda considerar como un buen argumento para una conclusión, ese enunciado debería reflejar un hecho que se reconoce como argumento para otro hecho concreto, teniendo en cuenta determinadas leyes sociales y culturales.

Dentro de esta concepción la lengua puede influir en la argumentación solo a través de elementos colocados entre los enunciados como, *por ejemplo, por consiguiente*, que indican la evolución argumentativa de los hechos. Sin embargo, Anscombe y Ducrot, consideran que los conectores como *pero* o *incluso*, tienen usos argumentativos igual de frecuentes que otros elementos considerados prototípicamente argumentativos. También se basa en la noción de *potencial argumentativo* que se define como el conjunto de enunciados que pueden unirse a ese enunciado en calidad de conclusiones.

*María es poliglota de verdad: habla inglés, ruso e incluso árabe.*

En este ejemplo, *incluso* tiene una función argumentativa ya que presenta el último argumento como un argumento de mayor peso para sostener la conclusión. Esto permite plantear que en la propia estructura lingüística existen indicaciones sobre los usos argumentativos.



#### 4.1.1.2. *El descriptivismo presuposicional*

El punto de partida del descriptivismo presuposicional es la distinción entre contenidos afirmados y presupuestos que parte de la idea de que el intercambio comunicativo supone solo la codificación de la parte de información que pretendemos transmitir. Por otro lado, la información implícita, la que comunicamos, pero que no codificamos, se considera un presupuesto.

*María ha dejado de fumar.*

La expresión *dejar de* presupone que *María antes fumaba*. Por tanto, se puede decir que los encadenamientos argumentativos se basan únicamente en lo que codificamos, es decir, en los contenidos afirmados y que la lengua tiene un papel importante dentro de la argumentación ya que determina qué tipos de contenidos forman parte de los procesos argumentativos.

#### 4.1.1.3. *La argumentación como un constituyente de la significación*

Esta etapa se basa en la hipótesis de que la lengua presenta los hechos desde un punto de vista determinado y, por consiguiente, especifica la argumentación y así permite sacar ciertas conclusiones a partir de un enunciado. Los autores explican esta idea a partir de dos ejemplos:

*Pedro ha trabajado poco.*

*Pedro ha trabajado bastante poco.*

Ambos ejemplos nos dicen que el volumen de trabajo es débil. Sin embargo, esa debilidad se relaciona con una cierta limitación porque la función de elementos como esos consiste en introducir restricciones argumentativas.

Si [(a)] prohíbe cierto tipo de conclusiones, no es porque la cantidad indicada se encuentre por debajo de cierto límite, sino porque el enunciado la presenta *desde el punto de vista de ese límite*. Ya se elija *poco* o *bastante poco*, se opta, en ambos casos, por un punto de vista que

devalúa la cantidad en cuestión. Y, de la adopción de ese punto de vista, proceden las constricciones argumentativas. (Anscombe y Ducrot [1983] 1994: 204)

Sin embargo, esto no significa que los enunciados que no cuentan con ese tipo de operadores carecen de valores argumentativos. Al contrario, eso lleva a los autores a abogar por el argumentativismo radical que supone que la argumentación no depende de determinados operadores sino que está presente en la lengua en la forma de los *topoi* que constituyen la significación de los enunciados. Y la función de esos operadores dentro de la teoría de los *topoi* sirve para especificar un tipo de uso o la fuerza argumentativa. Por tanto, los autores explican los conceptos de la 'fuerza argumentativa' y los 'topos' desde la teoría de los *topoi*.

#### **4.1.2. Segunda fase de la Teoría de la Argumentación en la Lengua. La Teoría de los *Topoi***

Una de las preguntas principales que han planteado Anscombe y Ducrot y a la que intentaron dar respuesta es cómo la estructura lingüística determina las posibilidades argumentativas en un discurso. Esa pregunta supone descubrir la función de la argumentación en la significación de las oraciones. La teoría de los *topoi* concibe la argumentación como la parte esencial de esa significación y plantea el concepto de *topos* para descubrir los mecanismos a través de cuáles la lengua determina los encadenamientos argumentativos.

##### *4.1.2.1. Definición general de la noción de topos*

La noción de *topos* procede de la definición clásica de *lugares comunes* propuesta por Aristóteles. Según esa definición, los *topoi* se consideraban como repertorios casi fijos de argumentos que se podían utilizar en numerosos discursos y se clasificaban según el grado en que se podían aplicar a cualquier tipo de disciplina (*lugares comunes*) o solo en campos particulares (*lugares específicos*).

Para la teoría de la ADL, el concepto de topos es básicamente lingüístico y se concibe como un componente clave a la hora de entender cómo la lengua determina los encadenamientos argumentativos.

*Gano mucho dinero. ¡Qué contento estoy!*

Por tanto, un topos es el punto fundamental de la teoría que aclara que la relación entre argumento y conclusión preexiste al momento de comunicación. Oswald Ducrot (1983) entiende el concepto de topos como una regla general que permite establecer dicha conexión, que se instala o ya está instalada, en la mente de los participantes en el encuentro dialógico.

Para nosotros, la significación de una frase es el conjunto de los *topoi* cuya aplicación la frase autoriza en el momento en que es enunciada. [...] el valor semántico de las frases está en permitir e imponer la adopción, de cara a los hechos de puntos de vista argumentativos. Optar por calificar un objeto de *cher* [“caro”] y no de *bon marché* [“barato”], no es dar indicaciones en cuanto a su precio, sino optar por aplicarle los *topoi* relativos a la carestía mejor que aquellos que conciernen a lo barato. (Anscombe y Ducrot [1983] 1994: 207)

El concepto de topos tiene tres características fundamentales, es un principio general, común y gradual.

- *Es general.* El *topos* es un reflejo de una generalidad. Como ya hemos visto, el topos se define como una regla general que permite establecer una correspondencia general entre dos componentes. No obstante, Ducrot (1996: 144) señala que es necesario diferenciar entre una regla general y una regla universal. La diferencia principal es que una regla universal implica que es imposible encontrar excepciones mientras que una regla general permite que se encuentren casos anómalos.
- *Es una creencia compartida.* La noción de *topoi* es concebida como creencias sociales en el sentido en que se vinculan a una determinada cultura y dependen de los valores y normas que se relacionan con un lugar y un momento determinado. Sin embargo, se presentan como verdades incuestionables que un emisor comparte con un interlocutor

- *Es gradual.* Un *topos* es un principio que siempre pone en relación dos escalas y establece una correspondencia entre ellas. Si partimos de la idea de que el léxico es gradual, es evidente que serán también graduales las dos propiedades que cualquier léxico relaciona. Por tanto, la relación misma que se establece entre las propiedades por medio de un *topos* es graduable.

La noción de *topos* es útil también para una teoría semántica. Tradicionalmente, se consideraba que la función de un conector como *pero* era la de marcar la oposición de los dos elementos que relacionaba. Sin embargo, si tenemos en cuenta la noción de *topos*, habría que reformular dicha descripción, dado que lo que se puede oponer es también la dinámica discursiva subyacente. Por ejemplo en:

*María es inteligente, pero no le gusta trabajar.*

No se opone la inteligencia de alguien con lo que no le gusta trabajar, porque no son ideas contradictorias. Lo que se opone es la dinámica discursiva, que implica el *topos* subyacente en *inteligente*, a la dinámica discursiva presupuesta por el *topos* *no le gusta trabajar*.

#### 4.1.2.2. *Forma tópica intrínseca y forma tópica extrínseca*

El concepto de forma tópica está relacionado con la naturaleza gradual de los *topoi* y supone que el *topos* se puede presentar bajo varias formas, es decir, la relación entre dos escalas establecida por un *topos* abarca ambos sentidos (+) y (-). Por tanto, se establecen dos tipos de formas tópicas: recíprocas e inversas. La forma recíproca establece el recorrido que se realiza en el mismo sentido y en ese caso tendría dos formas tópicas (+P, +Q y -P, -Q) y la inversa establece el recorrido que se realiza en el sentido inverso (+P, -Q y -P, +Q).

La aplicación de una FT a una situación constituye lo que llamamos la «aprehensión argumentativa» de la situación, aprehensión que, para nosotros, es la función discursiva fundamental: discurrir acerca de un estado de cosas, es, ante todo, aplicarle formas tópicas, hacer que entre en esas FT. Esta función se realiza de forma evidente siempre que el discurso

sobre el estado de cosas constituya explícitamente una argumentación A-C. Pero, pensamos que se realiza, en general, desde el momento en el que se formula el más mínimo enunciado a propósito de una situación cualquiera. (Anscombe y Ducrot [1983] 1994: 221-222)

En cuanto a las formas tópicas, se pueden diferenciar dos tipos: *intrínseca* y *extrínseca*. La forma tópica intrínseca (a) ocurre cuando un *topos* forma parte del conjunto de instrucciones argumentativas que componen la significación del término en cuestión. Al contrario, una forma tópica extrínseca (b) ocurre cuando el *topos* es externo a la significación de un término.

*a. Pedro es rico: puede regalarse lo que sea. Hace muy buen día y me gustaría ir a la playa.*

*b. Pedro es muy rico, pero es avaro. Hace muy buen día, pero estoy cansada y prefiero no ir a la playa.*

Las formas tópicas, especialmente las extrínsecas, conllevan un componente ideológico importante. Por eso puede que los *topos* extrínsecos solo sean utilizados en ciertas comunidades de forma convincente, lo que no sucede con los *topoi* intrínsecos, y así en muchas ocasiones ciertas ideologías se fundamentan en las formas tópicas extrínsecas. Pero también puede ocurrir que se algunos casos se conciben como intrínsecos y, por tanto, como conclusiones lógicas sin connotación ideológica.

De forma general, el uso de tales *topoi* tiene como finalidad la construcción de representaciones ideológicas que no se declaran como tales, y su gran poder persuasivo procede del hecho de que, si bien el locutor los convoca libremente, estos *topoi* se presentan como si fueran exteriores a él y, por consiguiente, objetivos. (Anscombe y Ducrot [1983] 1994: 249)

#### *4.1.2.3. Fuerza argumentativa*

El concepto de 'fuerza argumentativa' es la consecuencia directa del presupuesto de la gradualidad de la lengua. Si en la significación existen diferentes grados entonces la dinámica discursiva puede estar representada de un modo más o menos fuerte.

Escandell (2006: 104) explica el concepto de fuerza argumentativa con un ejemplo:

*María sabe mucho: tiene la licenciatura y ha terminado el doctorado.*

*María sabe mucho* es una de las posibles conclusiones dentro de la orientación argumentativa que está condicionada por los sintagmas *tiene la licenciatura* y *ha terminado el doctorado*. Sin embargo, los dos sintagmas no son de la fuerza argumentativa. Tener el doctorado es presentado con mayor peso que tener la licenciatura. Pero, la fuerza de una noción depende de la dinámica discursiva. Así que, como se puede ver en el siguiente ejemplo, el doctorado es presentado con una fuerza distinta:

*Manuel es una eminencia: es doctor y, además, catedrático.*

Un concepto que se relaciona con el concepto de la fuerza argumentativa es el de suficiencia argumentativa propuesto por Portolés (1998b y 2004: 265-269). Ese concepto supone que diferentes argumentos pueden situarse en una escala que conlleve hacia otro enunciado, pero algunos de ellos son considerados insuficientes. Por tanto, es necesario diferenciar entre los conceptos de orientación argumentativa y suficiencia argumentativa porque un enunciado puede estar orientado hacia el otro, pero insuficiente para que la dinámica discursiva se lleve a cabo correctamente.

#### *4.1.2.4. La Teoría de los Modificadores Argumentativos*

La teoría de los modificadores argumentativos (Anscombe y Ducrot, [1983] 1994: 265-272) es un componente muy importante de la ADL y representa una continuación de las ideas de que el léxico es gradual y de que la fuerza argumentativa concreta es necesaria para que se realice la aplicación de las palabras a una dinámica discursiva.

*María es una amiga. Me ayudará.*

*María es una amiga cercana. Me ayudará.*

*María es una amiga lejana. No me ayudará.*

La Teoría de los Modificadores Argumentativos sostiene que existen elementos léxicos que modifican la fuerza argumentativa (el grado de aplicabilidad) de los sintagmas con los que se relacionan y que muestran la gradualidad de su significación. Se pueden distinguir dos tipos de modificadores: modificador realizante (MR) y modificador desrealizante (MD). Ducrot (1998: 50) propone la siguiente definición de esos dos conceptos:

Una palabra léxica Y es denominada “MD” en relación con un predicado X solo si el sintagma XY:

- (i) no es sentido como contradictorio
- (ii) tiene una orientación argumentativa inversa, o una fuerza argumentativa inferior a la de X.

Si XY tiene una fuerza argumentativa superior a la de X y con la misma orientación, Y es un “MR”.

Así en el ejemplo *María es una amiga*, la orientación se mantiene, e incluso se refuerza, con el adjetivo *cercana*. Por tanto, en los primeros dos casos, se espera la conclusión *Me ayudará*. *Cercana* es un MR con respecto a *amiga*. Sin embargo, el adjetivo *lejana* debilita e invierte la orientación argumentativa de *amiga* y de ahí se puede concluir *No me ayudará*.

El mismo autor también define dos criterios para determinar en qué ocasión una unidad funciona como MR y cuándo como MD. Utiliza el conector *incluso* como prueba para determinar cuando un elemento funciona como MR. Si es posible enunciar [X e *incluso* XY], entonces [Y] es el MR de [X]. Para determinar cuándo un elemento funciona como MD, se utiliza el conector *pero*, de modo que, si es posible decir [X *pero* XY], entonces [Y] es el MD de [X].

*María es una amiga e, incluso, cercana.*

*#María es una amiga e, incluso, cercana.*

En cuanto a los MD, se distinguen dos clases: los atenuadores y los inversores. Los atenuadores disminuyen la fuerza argumentativa del predicado al que se aplican, pero mantienen la misma orientación argumentativa. Al contrario, los inversores invierten por completo la fuerza argumentativa del predicado al que se aplican y, por tanto, desvían la orientación argumentativa. Sin embargo, el criterio que acabamos de mencionar de Ducrot se puede aplicar solo a los MD inversores.

Es necesario recordar la explicación que acabo de dar para el test de *pero*. Se basa en la idea de que en *X pero (X)Y*, Y funciona como inversor, identificándose el locutor con el punto de vista expresado por la adición de Y a X. (Ducrot1998: 58)

Lo que permite distinguir los MD inversores de los atenuadores, como señala Mario de la Fuente García (2005: 243) en su tesis doctoral, es tener en cuenta la noción de *obstáculo* como un elemento que no impide el cumplimiento de una meta, sino simplemente dificulta el proceso para lograr esa meta. Es decir, como un elemento que impide la aplicación de la fuerza argumentativa de su predicado, pero manteniendo la orientación que posee. Por tanto él aplica el siguiente criterio: "Una palabra léxica Y será desrealizante atenuador de un predicado X siempre que sea posible enunciar *aunque Y, X*".

Desde un punto de vista argumentativo, este hecho implica que el punto de vista homologado por el locutor coincide con las argumentaciones que se derivan de [X y no de Y y, por consiguiente, un enunciado [*aunque Y, X*] mantiene la misma orientación que X]. Al contrario, cuando un locutor emplea el conector *pero*, se identifica siempre con el punto de vista del elemento que introduce.

En este punto hay que mencionar también los conceptos de Modificador Sobrerealizante (MSR) introducido por María García Negroni (1995) y Modificador Sobredesrealizante (MSD) introducido por L. Berlanga (2002, 2004).



Los MSR sitúan al elemento que complementan en el extremo positivo de la escala argumentativa. Además, introducen una valoración subjetiva y, por tanto, representan una marca de la presencia del locutor.

*Me voy, pero pitando.*<sup>98</sup>

*Ha metido la pata, pero bien.*

Siguiendo el mismo patrón, Berlanga propone la nueva dinámica: la sobre-desrealización de la fuerza argumentativa que se aplica a “a aquellos casos en los que un elemento es capaz de desrealizar la fuerza argumentativa de un segmento o enunciado de modo que quede desligado de una parte de su significación intrínseca, produciéndose además una evaluación altamente desfavorable provocada por el reforzamiento de un punto de vista negativo” (2002b: 98). Por ejemplo, el prefijo *in-* aplicado a ciertos adjetivos cumple la función del MSD como en el ejemplo siguiente.

Ese vino es imbebible.<sup>99</sup>

La Teoría de los Modificadores Argumentativos, MR (MSR) y MD (MSD), es una prueba máxima de la idea de la gradualidad léxica y, también, un componente esencial para el desarrollo coherente de la noción de la dinámica discursiva.

[...]hay diferentes grados entre los cuales podemos elegir cuando decidimos aplicar un predicado a un objeto o a una situación. Una forma de comprender esa gradualidad (sin duda hay otras, que no veo) es identificarla con las diferentes fuerzas según las cuales se pueden poner en práctica los principios argumentativos (*topoi*, reglas) que constituyen la significación misma de ese predicado. (Ducrot, 1998: 71)

---

<sup>98</sup> Ejemplos de E. Acín (1993: 131-132) citados por J, Portolés (2004: 267).

<sup>99</sup> Ejemplo propuesto por Berlanga, 2002: 98.

## 4.2. La Teoría de la Polifonía

Aunque la teoría de la Polifonía no es una teoría propiamente argumentativa, muchos aspectos desarrollados por ella y combinados con los aspectos desarrollados por la ADL han contribuido a una descripción más profunda de ciertos fenómenos discursivos.

El concepto de la polifonía tiene sus raíces en los trabajos del teórico literario Mijaíl Bajtín sobre la teoría de la crítica literaria en general y sobre las novedades que aportó Dostoievski, en particular (Ducrot, 1986: 175). En su obra aparecen muchos puntos de vista sin que ninguno de ellos domine sobre el otro. Por eso se puede decir que la naturaleza polifónica es la característica principal de su obra. Además, Dostoievski establece una interacción entre los diferentes héroes así como entre los distintos mundos y puntos de vista que aparecen. Así el autor se convierte en un ideólogo presente en la obra pero no el único porque los personajes (los héroes) son también ideólogos con una voz independiente y autónoma con respecto al autor.

Todo eso lleva a Bajtín a considerar las novelas de Dostoievski como fundamentalmente dialógicas, al contrario de la tendencia dominante de la crítica literaria en su época que pretende monologizar la obra literaria y concebirla como una unidad en la que existe un único autor quien sistematiza los diferentes puntos de vista de los actores literarios.

Ducrot retomó las ideas propuestas por Bajtín, las aplicó en el ámbito de la Lingüística y así ha desarrollado la *Teoría Polifónica de la Enunciación*. Gracias a su investigación, el concepto de la polifonía se concibe como un fenómeno que incide directamente en el uso de la lengua y no se limita a un cierto tipo de discurso.

El punto de partida de Ducrot es el mismo que el de Bajtín, derribar la concepción de que un sujeto corresponde a un enunciado. A este sujeto se suelen atribuir tres propiedades:

- La responsabilidad de la producción física del enunciado;

- la responsabilidad de lo que en él se dice y
- la responsabilidad de los actos ilocutorios que se realizan mediante ese enunciado y el hecho de ser el referente de elementos discursivos como *yo*, *míos*, *mis*, etc.

Por consiguiente, Ducrot propone que el hablante no ha de ser concebido como una unidad y explica la intervención de distintas *voces* en el discurso.

Con la noción de polifonía, Ducrot formula que el autor de un enunciado no se expresa directamente, sino que pone en escena, en el enunciado mismo, un cierto número de personajes, de figuras discursivas. El sentido del enunciado nace de la confrontación de los diferentes personajes, es pues el resultado de diferentes voces que allí aparecen.

Ducrot parte del planteamiento de que todo discurso es un conjunto de voces que realizan actos de habla atribuidos a diferentes sujetos lingüísticos del discurso. Según ellos, todo enunciado discursivo es un diálogo en el que pueden llegar a participar hasta tres voces así que las instancias que denominamos emisor y receptor no son monolíticas. En cada acto de habla los seres humanos ponemos en juego tres tipos de personajes: *sujet parlant* (el sujeto hablante), *locuteur* (el locutor) y *énonciateur* (el enunciadador).

*El hablante* es la persona real que habla, la que existe en el mundo. Según Ducrot tiene a su cargo toda la actividad psicofisiológica necesaria para la producción del enunciado (Ducrot, 1986: 193). Además de la capacidad de producir el enunciado y de realizar el acto ilocutivo, Ducrot asigna al sujeto hablante una tercera propiedad, la de estar designado en un enunciado por las marcas de la primera persona (Ducrot, 1986 p.195).

Sin embargo, para la investigación lingüística son más relevantes las figuras de locutor y de enunciadador dado que el sujeto empírico es más una figura extralingüística de que se ocupa la sociología o la psicología.

*El locutor* es el responsable del enunciado, esto es, a quien se le atribuye la responsabilidad de la enunciación en el mismo enunciado (*op. cit.* p. 198).

El locutor, responsable del enunciado, da existencia por medio de éste a unos enunciadores cuyos puntos de vista y actitudes él organiza. Y su posición propia puede manifestarse ya sea porque él se asimile a tal o cual de los enunciadores, tomándolo por representante (el enunciador es entonces actualizado) ya sea simplemente porque ha elegido hacerlos aparecer y porque su aparición resulte significativa (Ducrot, 1986: 209)

El enunciado final es fruto del diálogo interno entre dos o tres posiciones distintas que, en muchos casos, se contradicen. La diversidad de sujetos que se pueden activar en el discurso lleva a un desdoblamiento. Para explicar el concepto de desdoblamiento, Ducrot introduce una tercera figura, *el enunciador*.

Llamo enunciadores a esos seres que supuestamente se expresan a través de la enunciación sin que por ello se les atribuyan palabras precisas; si ellos “hablan” es sólo en el sentido de que la enunciación aparece como si expresara su punto de vista, su posición, su actitud, pero no en el sentido material del término. (Ducrot, 1986:208)

Aunque se supone que el punto de vista del que es responsable el locutor debe coincidir con el del productor real del discurso, el locutor puede evocar y atraer a su propio discurso una diversidad de voces como, por ejemplo, la propia pero de otro tiempo, o la ajena (del interlocutor presente o del interlocutor ausente). Son personas discursivas diferentes del *yo* cuya *voz* se deja sentir a través del locutor.

Por otro lado, tanto la figura del locutor como la del enunciador son figuras discursivas que representan "puntos de perspectiva abstractos" y por eso no tienen por qué identificarse con personas reales (García Negroni y Tordesillas, 2001: 177).

Desde el punto de vista de la recepción, al emisor le corresponde el receptor, el destinatario empírico del discurso; y al locutor, el alocutorio que es el *tú* del texto.

Las propuestas de Ducrot han sido ampliadas y desarrolladas por diferentes planteamientos de entre los que destacan los de Donaire (2000) y Tordesillas (1998). Para estas autoras, las unidades lingüísticas contendrían instrucciones polifónicas en su significación que harían referencia a los puntos de vista que homologan así que, para ellas, la noción de polifonía es una característica intrínseca de la lengua. El punto de vista expresado en un enunciado sería entonces el resultado de una selección del locutor y haría referencia también, por exclusión, a otros puntos de vista.

El concepto de polifonía desarrollado por Ducrot sirve para cuestionar la unicidad del emisor y permite analizar la diversidad de voces en los textos y estudiar la interacción entre dos o incluso tres opiniones distintas y su manifestación lingüística en un discurso aparentemente monológico. Por lo tanto, teniendo en cuenta su carácter dialógico (relación dialéctica entre el emisor y el receptor; la confrontación entre un emisor actual y un receptor concreto o no, presente o representado textualmente), la polifonía se puede considerar como un mecanismo discursivo de la argumentación.

#### **4.3. La Teoría de la Argumentación en la Lengua y los marcadores del discurso**

Aunque en las gramáticas tradicionales, e incluso en las más actuales, de orientación estructuralista o generativista, los marcadores del discurso se abordan tan sólo en alguna enumeración, recientemente se han convertido en objeto de estudio más profundo en diferentes lenguas (Portolés, 1998a: 7).

El interés por los marcadores discursivos coincide con la formación de las nuevas disciplinas de lingüística en la década de los años setenta, la lingüística de texto y la pragmática, que encontraron en esas unidades confirmación de sus hipótesis de partida. Por un lado, la Lingüística del texto pretende ampliar es objeto de estudio a una unidad mayor que la oración, *texto*, y así romper la tradición que considerada la oración como límite último en los estudios del lenguaje. Y por el otro, la pragmática, inicialmente concebida como la disciplina que se ocupa de la relación entre los signos y sus intérpretes, es decir, darse cuenta de la diferencia entre los dicho y lo interpretado.

En este apartado, primerovamos a recordar la definición y las propiedades teóricas generales de los marcadores del discurso y, a continuación, trataremos de ver qué papel tienen los marcadores del discurso en la *Teoría de la Argumentación en la Lengua*.

### 4.3.1. Aspectos generales y definición de los marcadores del discurso

El hecho de que la comunicación sea inferencial se basa en la idea de que existen unidades lingüísticas cuya significado condiciona el procesamiento del discurso en relación con el contexto (Portolés, 1998a: 15, 25). Estas unidades lingüísticas que asignan de una manera muy explícita los roles que los hablantes asignan a cada uno de los elementos lingüísticos que seleccionan para construir sus actos comunicativos y los valores que asignan a los enunciados que forman el discurso se denominan marcadores del discurso.

A partir de esos fundamentos, Portolés (1998a: 25) y Portolés y Martín Zorraquino (1999: 4057) definen el concepto de marcador del discurso de la siguiente manera:

Los *marcadores del discurso* son unidades lingüísticas invariables, no ejercen una función sintáctica en el marco de la predicación oracional -son, pues elementos marginales- y poseen un cometido coincidente en el discurso: el de guiar, de acuerdo con sus distintas propiedades morfosintácticas, semánticas y pragmáticas, las inferencias que se realizan en la comunicación.

Como podemos ver, los marcadores de discurso poseen una serie de características formales que permiten que se pueden describir de una manera coherente. La invariabilidad, marginalidad sintáctica y su condición de guía de inferencias son tres características formales que hacen posible delimitarlos como un grupo sistemático de elementos lingüísticos.

Las características principales de los marcadores del discurso se podrían establecer también desde la perspectiva formal, las propiedades gramaticales de los marcadores del discurso, y desde la perspectiva semántica, es decir, el significado que aportan.

Con respecto al punto de vista formal, es decir, las propiedades gramaticales de los marcadores del discurso, Portolés y Martín Zorraquino (1999) han destacado las siguientes características gramaticales de estas unidades.<sup>100</sup>

---

<sup>100</sup> Los ejemplos que hemos utilizado son los propuestos por Portolés y Martín Zorraquino (1999).

1. *Posiciones sintácticas.* Los marcadores discursivos poseen una mayor movilidad que las conjunciones por ejemplo. En general, pueden aparecer en tres posiciones: inicial, media y final.

Juan estaba cansado. *No obstante*, continuó su camino.

Juan estaba cansado. Continuó, *no obstante*, su camino.

Juan estaba cansado. Continuó su camino, *no obstante*.

Sin embargo, esta movilidad tiene limitaciones porque un marcador se puede situar entre categorías mayores, pero resulta agramatical si se sitúa entre un núcleo y sus adyacentes especificativos.

Los tejados de pizarra son especialmente adecuados para los climas lluviosos.  
*En cambio*, los de adobe resulta más oportunos para los cálidos.

Los tejados de pizarra son especialmente adecuados para los climas lluviosos.  
Los, *en cambio*, de adobe resulta más oportunos para los cálidos.

2. *Modificadores y complementos.* Los marcadores discursivos, a diferencia de los adverbios que funcionan como complementos circunstanciales, carecen de la posibilidad de recibir especificadores y adyacentes complementarios.

a. Vive *lejos*.

Vive *lejos de aquí*.

Vive *muy lejos*.

b. *En todo caso*, vive lejos.

\**En todo caso de esos*, vive lejos.

\**Muy en todo caso*, vive lejos.

Sin embargo, los marcadores como *además*, *encima* y *aparte* pueden recibir complementos con *de* y mantener el mismo significado y en la misma posición de inciso, pero pierden su capacidad de conectar dos miembros de discurso.

*Además de ser muy simpático, cocina muy bien.*

3. *Coordinación*. Los marcadores de discurso no se coordinan entre sí aunque se pueden coordinar con sintagmas que se sitúan en inciso en el caso de ser adverbios marcadores (*sin embargo* por ejemplo). Sin embargo, carecen de esta posibilidad si se trata de unidades interjectivas. (*hombre* por ejemplo).

La cultura es *además*, y *sobre todo*, actualidad. [E. Lledó, *Días y libros*, 92]

4. *Negación*. Los marcadores discursivos no pueden ser negados.

No vino, pues, Juan a la fiesta, sino Antonio.

\*No vino, pues, Juan a la fiesta, sino por tanto.

5. *Perífrasis de relativo*. Los marcadores discursivos no pueden ser destacados por perífrasis de relativo porque son unidades no integradas en la oración.

Fue *por este motivo* por el que Antonio renunció el premio.

\*Fue *por consiguiente* por lo que Antonio renunció el premio.

6. *Autonomía*. Los marcadores de discurso no pueden formar enunciados autónomos con excepción de los marcadores conversacionales como bien, bueno, hombre, etc. que pueden aparecer solos en un turno de palabra.

A: No te gusta el pesado.

B: \**Por el contrario*.

A: Es rica y le ha tocado la lotería.



B: *¡Además!*

Desde un punto de vista semántico, la naturaleza procedimental se podría considerar como su propiedad más destacada. Los marcadores del discurso constituyen una guía a las posibles inferencias que se pueden extraer de un enunciado de modo que las unidades como *pero*, *sin embargo* indican cómo interpretar los elementos a los que se refieren, es decir, codifican instrucciones de procesamiento del significado.

[...] no tienen un significado conceptual. En efecto, el significado de los marcadores del discurso es un significado de procesamiento. Consiste en una serie de instrucciones semánticas que guía las inferencias que se han de efectuar de los distintos miembros del discurso en los que aparecen esas unidades (Ducrot 1980 [Martín Zorraquino y Portolés, 1999: 4072]).

Diane Blakemore parte de la diferencia entre implicaturas conversacionales e implicaturas convencionales de Grice<sup>101</sup> y mantiene que existen unidades lingüísticas con un significado particular que ocasiona esas implicaturas convencionales.<sup>102</sup> Además, distingue entre un significado de *procesamiento* y un significado *conceptual*. Según ella, unidades como *sin embargo*, *además*, *por tanto* poseen un significado procedimental de los enunciados en relación con el contexto, mientras que las unidades como *gato*, *bar*, *dormir* tienen un significado conceptual y, por tanto, contribuyen a las condiciones de verdad de la proposición semántica que abarca el enunciado.

*María es de Suiza y, por tanto, es muy amable.*

*María es de Suiza y, sin embargo, es muy amable.*

Las condiciones de verdad de las dos proposiciones son idénticas. No obstante, las inferencias que obtenemos son diferentes. De la primera podemos concluir que "María es amable, porque la gente de Suiza lo es" y de la segunda, que "María es amable, a pesar de no serlo los suizos". Por tanto, unidades como *por tanto* y *sin embargo* no

---

<sup>101</sup> Recordamos que Grice (1975) distinguió dos tipos de conclusiones inferenciales: las implicaturas *conversacionales* y las implicaturas *convencionales*. Las primeras se obtienen por el Principio de Cooperación (Cantidad, Calidad, Relación, Modo), mientras que las implicaturas convencionales están convencionalmente condicionadas y fijadas por palabras como *pero*.

<sup>102</sup> En Blakemore (1987), (1989), (1996).

contribuyen a las condiciones de verdad y tampoco al significado conceptual, pero sí a su procesamiento, es decir, al cumplimiento de unas inferencias determinadas a partir de la relación entre lo dicho y el contexto.

[...] solo serán marcadores del discurso aquellos signos que no contribuyen directamente al significado conceptual de los enunciados, sino que orientan y ordenan las inferencias que cabe obtener de ellos (Martín Zorraquino y Portolés, 1999: 4058).

Aunque la distinción conceptual-procedimental es bastante orientadora, Portolés advierte que también simplifica los hechos lingüísticos en cierta medida porque las palabras que representan también pueden condicionar el procesamiento y, por otro lado, algunos marcadores conservan un significado conceptual, al menos en una parte. (Portolés, 1998a: 22). Por tanto concluye que:

Los marcadores tienen un significado de procesamiento, pero este significado frecuentemente posee una evidente relación con el significado conceptual de las unidades que los han originado (Portolés: 1998a: 25).

Partiendo de los aspectos más importantes de los marcadores de discurso, las propiedades gramaticales y su significado, Martín Zorraquino y Portolés (1999: 4080-4199) dividen los marcadores del discurso en las siguientes categorías:

- Estructuradores de la información: *pues bien, así las cosas, por cierto, a propósito, a todo esto, etc.*
- Conectores: *además, encima, por tanto, en consecuencia, por el contrario, sin embargo, ahora bien, etc.*
- Reformuladores: *es decir, esto es, mejor dicho, en cualquier caso, en fin, etc.*
- Operadores argumentativos<sup>103</sup>: *en realidad, en el fondo, de hecho, etc.*

---

<sup>103</sup> En Portolés (1998: 143) *los operadores argumentativos* están dentro del grupo de *operadores discursivos* que, además de esos, incluyen también *operadores de concreción* y *operador de formulación* como *bueno*.

- Marcadores conversacionales<sup>104</sup>: *desde luego, bueno, vamos, por favor, hombre,* etc.

#### 4.3.2. Los marcadores del discurso en la Teoría de la Argumentación en la Lengua

En la Teoría de la Argumentación en la Lengua de Anscombe y Ducrot, los marcadores del discurso, son elementos que han influido no solo en la concepción de la teoría sino también en su evolución.

En la gestación de esta teoría, los conectores del discurso -unidades como *mais* (pero), *pourtant* (no obstante) o *donc* (por tanto) han tenido un papel esencial. Ello ha sucedido no sólo porque estos lingüistas hubieran dedicado un enorme esfuerzo a dilucidar su significación- el caso de *mais* es el más evidente-, sino, sobre todo, porque estos estudios se hallan en el origen de buena parte de su desarrollo teórico (Portolés, 1998c: 71-72).

Los mismo afirman los autores para quienes el estudio de esas unidades forma en gran parte la base de su desarrollo teórico.

En realidad, lo decisivo para nosotros ha sido el estudio de los conectores (entre enunciados). En efecto, nos hemos dado cuenta de que conectores como *mais* y *même*, hasta ahora descritos como introductores de relaciones entre hechos, son tan argumentativos como las palabras tradicionalmente analizadas como bisagras del razonamiento (Anscombe y Ducrot, 1994: 196).

De este modo, desde sus primeras investigaciones, los conectores se conciben como elementos lingüísticos que permiten la separación de una visión logicista de la lengua (Portolés, 1998c: 72).

Oswald Ducrot en, *Les mots du discours* (1980), expone las bases teóricas para el estudio de los conectores opuestas a la gramática tradicional y la lógica. Tradicionalmente, esos elementos se consideraban como meros nexos que conectan o coordinan unas oraciones con otras. No obstante, para Anscombe y Ducrot los conectores se conciben como unidades cuya significación está formada por una serie de

---

<sup>104</sup> En Portolés (1998: 144) los denomina *marcadores de control de contacto*.

instrucciones que permite establecer la relación semántica entre las unidades conectadas.

Como ya hemos advertido, una de las principales preocupaciones de esta teoría fue eliminar el supuesto componente informativo de la descripción lingüística y comprobar que son los propios elementos lingüísticos los que condicionan la dinámica discursiva y no los hechos que pudieran representar. Aunque en las primeras etapas de la teoría, Anscombe y Ducrot distinguían entre unos elementos que informaban y, por consiguiente, poseían condiciones de verdad y otros que argumentaban, en las etapas posteriores mantenían que todas las unidades lingüísticas tienen una significación argumentativa.

[...] tales usos (pseudo) informativos son derivados de un componente más "profundo" puramente argumentativo (Anscombe y Ducrot, 1994: 214).

De este modo, la inclusión de los marcadores del discurso en los enunciados implicaba dotar esos mismos enunciados de valor argumentativo que no tenía ninguna relación con aspectos informativos y, por tanto, nada que ver con la descripción de la realidad. Es decir, la concepción de los marcadores de discurso como elementos que introducen la argumentación supone una prueba de que la significación de las palabras es argumentativa.

El hecho de concebir los marcadores del discurso como únicas unidades que poseen valores argumentativos puede ocurrir que los enunciados que no tienen tales valores tengan que ser considerados como informativos y, aunque un enunciado contiene un marcador todavía habrá elementos no marcados que representarán un componente informativo.

[...] los operadores argumentativos tienen por función introducir la argumentatividad en la estructura semántica de las frases, lo que implicaba dos cosas: por una parte, que puede haber frases desprovistas de valor argumentativo (las que no contienen tales operadores) y, por otra parte, que las frases con operadores son susceptibles de poseer elementos argumentativos unos al lado de otros (introducidos por el operador) y elementos informativos heredados de las frases de partida a las que se han aplicado al operador (Anscombe y Ducrot, 1994: 213).

Para comprobar que la argumentación no es solo un componente añadido y que la argumentación está inmersa en la lengua ha impulsado la evolución de la teoría que

ha llevado a la concepción de la Teoría de los *Topoi* caracterizada por la argumentatividad radical. De este modo, la significación de palabras está compuesta por haces de *topoi* que condicionan la dinámica discursiva. Así la argumentación ya no depende de ciertos elementos lingüísticos sino se encuentra a un nivel más profundo representado por las frases, que son según Ducrot "entidades abstractas de la gramática".

[...] los operadores argumentativos no introducen la argumentación: ésta está presente en las frases de partida, bajo la forma de los *topoi* que constituyen la significación de los predicados. Los operadores tienen por función, más modestamente, especificar el tipo de utilización que se debe hacer de los *topoi* (Anscombe y Ducrot, 1994: 213-214).

Este giro en la Teoría de la Argumentación en la lengua ha tenido consecuencia en el papel de los marcadores del discurso. Desde la nueva perspectiva, estas unidades ya no son elementos que introducen la argumentación sino:

- Indican la organización interna a la hora de actualizar los diferentes conjuntos de *topoi* de las unidades léxicas que conforman su discurso.
- Indican la fuerza argumentativa que se atribuye a los elementos del discurso que forman parte del acto comunicativo y, por tanto, el elemento que especifica la dinámica generada por los mismos.

#### 4.3.2.1. Conectores y operadores argumentativos

Después de haber revisado las principales características de los marcadores del discurso, es importante mencionar la distinción que se hace a nivel interior de esas unidades lingüísticas.

Como ya hemos visto, la *Teoría de la Argumentación en la Lengua* ha sido aplicada a los marcadores discursivos y dentro de ese marco se distingue entre dos grupos de elementos que tienen funciones diferentes: Los *conectores argumentativos* y los *operadores argumentativos*.

Tal como apunta Tordesillas (1993: 234), Ducrot introduce el término de conector como un tecnicismo cuyo que se iba perfilando con la evolución de la teoría de la argumentación y el mismo autor lo define de la siguiente manera: "des signes qui peuvent servir a relier deux ou plusieurs énoncés, en assignant à chacun un rôle particulier dans una stratégie argumentative unique" (*apud* Tordesillas, 1993: 237). Por tanto, un conector argumentativo es una unidad que articula dos o más miembros del discurso y asigna a cada uno un papel argumentativo o semántico.

Con respecto a la naturaleza, la clasificación atiende a:

- Introducción de argumentos, tanto coorientados (*además* o *incluso*) como antiorientados (*Sin embargo*, *no obstante* o *pero*). También suficientes o insuficientes.
- Introducción de conclusiones (*por consiguiente*, *por tanto*, *entonces*).
- Introducción de un solo argumento o varios.

En cuanto a los operadores, Ducrot los define del siguiente modo:

Un morphème X est un opérateur argumentatif s'il y a au moins une phrase P telle que l'introduction de X dans P produit une phrase P', dont le potentiel d'utilisation argumentative est différent de celui de P, cette différence ne pouvant pas se déduire de la différence entre la valeur informative des énoncés de P et de P' (*apud* Tordesillas, 1993: 240).

Por tanto, se puede observar que la diferencia entre los conectores y los operadores gira alrededor del concepto de enunciado:

En primer lugar, existen marcadores que relacionan por su significado dos o más miembros del discurso frente a otros cuyo significado sólo afecta a un miembro de discurso Martín Zorraquino y Portolés, 1999: 4072).

De este modo, el campo de actuación de un operador argumentativo es el propio enunciado y su función es transformar las potencialidades argumentativas, es decir, actuar como marcadores de fuerza o de suficiencia. Hablando de los operadores, es importante mencionar que la mayoría no forman parte de los marcadores del discurso

porque muchos de ellos se integran en la oración y poseen flexión morfológica (Portolés, 1998a: 80). No obstante, todos los conectores argumentativos lo son.

#### **4.4. Pragmalingüística**

Los estudios de la lengua han ido ampliando su objeto de estudio a lo largo de la historia de modo que desde hace unas décadas han empezado a centrarse en las realizaciones contextualizadas del habla, es decir, en los textos y discursos que forman parte de las comunidades de habla y que interactúan en la vida social.

Por una parte, la superación de los paradigmas epistemológicos estrictamente inmanentistas del lenguaje que consideraban a este como un fin en sí mismo y que se ocupaban de las estructuras lingüísticas obviando los condicionamientos socioculturales inherentes al acto de comunicación y su naturaleza histórica y, por otra parte, la reacción ante una práctica formalista "que hacía del texto un mero pretexto para comprobar conocimientos" (Bustos Tovar, 2000: 68) han contribuido a la ampliación del campo de estudio y el nuevo enfoque.

Nuevos planteamientos de la lingüística como son la pragmática, el análisis del discurso, la lingüística del texto, entre muchos otros que se basan en la idea de que la actividad enunciativa "está realizada por un hablante que se dirige a otro oyente en unas determinadas circunstancias socio-comunicativas" (Fuentes Rodríguez, 1990: 88) y, a diferencia del estructuralismo y el generativismo, no limitan su estudio en la oración, explicando el código sin tomar en consideración el uso.

La pragmática empezó su desarrollo en los años sesenta centrándose su interés en los aspectos del significado que quedan fuera de las teorías generativas, preocupadas fundamentalmente por la sintaxis. Según Bertuccelli Papi (1996), la nueva orientación se caracteriza por preocuparse por la descripción del uso lingüístico, superando, de ese modo, las propuestas anteriores.

Dado que en un periodo relativamente corto han aparecido varias definiciones de la pragmática, no existe uniformidad en la concepción del término. Sin embargo, hay dos formas de concebir la pragmática que se pueden encontrar en la bibliografía. Una forma concibe la pragmática desde una visión componencial vinculada con su carácter disciplinario; y la otra concibe la pragmática como una perspectiva de estudio.

El origen de la pragmática como disciplina está en la idea de que las propiedades lingüísticas del enunciado no son las únicas que determinan la interpretación, tal como las había concebido la gramática (Blakemore, 1992). De este modo es necesario plantearse la necesidad de ampliar el marco de estudio hacia la inclusión de un nuevo componente, del *componente pragmático*, que también está contenido en la lengua y se ordena jerárquicamente con otros, como el sintáctico o el fonológico (Gazdar, 1979). El componente pragmático se convierte así en el objeto de estudio de la disciplina pragmática, cuyo objetivo sería la descripción del mismo, tal como el sintáctico es estudiado por la sintaxis o la fonología se preocupa por el fonológico.

Esta concepción de la pragmática delimita con claridad el objeto de estudio. Sin embargo, deja fuera del ámbito de esta disciplina todos los hechos de lengua que no se puedan explicar por la relación con el contexto (Portolés Lázaro, 2004) y, también, separa la lingüística y la pragmática (Fuentes Rodríguez, 2000).

A lo largo del tiempo, la noción de pragmática ha ido evolucionando y acercándose cada vez más a una noción de la pragmática que atiende todos los aspectos del uso de la lengua (Portolés Lázaro, 2004). Según Herrero Cecilia (2006: 22) es necesario:

[...] abrir el campo de la Lingüística a los diferentes niveles y dimensiones (lingüística del sistema y de la frase, lingüística o pragmática de la enunciación y del enunciado, lingüística o pragmática textual) que intervienen en los procesos de producción-interpretación de los enunciados que intercambian los interlocutores en las situaciones donde se efectúa la comunicación.

Precisamente con esa intención nace la pragmática lingüística o pragmalingüística con el objetivo de servir de conexión entre el lenguaje y el mundo ya que el acto comunicativo se realiza siempre dentro de un contexto. Así que para



determinar el verdadero sentido de los enunciados hay que partir de la determinación y lectura de las circunstancias. De este modo, la pragmalingüística se ocupa de la superación de los enfoques centrados en los aspectos intrínsecos del lenguaje igual que la pragmática.

No obstante, a diferencia de la pragmática, la pragmalingüística no explica la lengua desde lo extralingüístico, sino que se ocupa de describir el modo en que el contexto incide en el signo dentro del sistema (Fuentes Rodríguez, 1987: 72). Por tanto la autora aboga por una lingüística que "debe ser pragmática, debe atender al estudio de su objeto exclusivamente, y en su contexto propio" (Fuentes Rodríguez, 1993: 72) y presenta la propuesta de la pragmalingüística de la siguiente manera:

[...] sostenemos que el análisis lingüístico puede hacerse desde la perspectiva pragmática, que esta es un modo de enfocar la morfosintaxis, la léxico-semántica y la fonética-fonología de una lengua, teniendo en cuenta todo aquello que desde el entorno comunicativo en sentido amplio influye en la selección (paradigmática) y funcionamiento (sintagmático) del material lingüístico (2000: 12).

Por tanto, los conceptos desarrollados por la *Teoría de la Argumentación en la Lengua* y por la pragmalingüística y su concepción de la argumentación van a ser el punto de partida y el prisma desde el que se hará el análisis de las consecuencias argumentativas y discursivas en las columnas periodísticas. Este enfoque nos permitirá hacer un análisis teniendo en cuenta que "el producto lingüístico está condicionado por todos los restantes elementos del esquema comunicativo: el hablante, el receptor, el canal, el código empleado y las circunstancias situacionales (históricas, sociales, económicas, profesionales...) que lo rodean (Fuentes Rodríguez, 2000: 13)".

#### **4.5. Recapitulación de los conceptos teóricos**

La *Teoría de la Argumentación en la Lengua* de Jean-Claude Anscombre y Oswald Ducrot defiende la idea de que no se argumenta "con" la lengua, sino "en" la lengua. Entonces, son los elementos lingüísticos los que condicionan la dinámica discursiva con su significación y no los hechos que pudieran representar. Según eso no se argumenta "con" unos enunciados que representan unos hechos, sino "en" la misma

forma lingüística de esos enunciados reside el potencial argumentativo. Aunque en su fase inicial, los autores distinguían entre unos elementos que informaban y poseían condiciones de verdad y otros que argumentaban, más adelante introdujeron el concepto de "argumentatividad radical" que implica que todas las unidades lingüísticas contienen una significación argumentativa, de un modo u otro.

De este modo, la dinámica discursiva está lingüísticamente condicionada y no se debe exclusivamente a motivos contextuales. Precisamente el hecho de que la significación de la frase en sí misma contiene instrucciones que implican una serie de constricciones es en lo que consiste la tesis general de la teoría.

En la segunda fase de su teoría, la noción de potencial argumentativo se mantiene, pero ahora no se define en términos de conclusiones sino se introduce un nuevo concepto, el de *topos*. Este es el punto fundamental de la teoría que aclara que la relación entre argumento y conclusión preexiste al momento de la comunicación. Oswald Ducrot (1986) entiende el concepto de *topos* como una regla general que permite establecer dicha conexión que se instala o ya está instalada en la mente de los participantes en el encuentro dialógico. Es un principio común, general y gradual. El carácter gradual es el aspecto que constituye el fundamento de la lengua y está reforzado por el concepto de *forma tópica intrínseca*. El *topos* vincula el argumento y la conclusión y es el garante que asegura el trayecto argumentativo.

Otra idea que ocupa una función importante es la idea de *fuerza argumentativa* con la que se convoca el *topos*. Anscombe y Ducrot formulan una hipótesis según la cual las palabras con contenido léxico, nombres y verbos principalmente, se describen como haces de *topoi*. Esta idea está unida con la idea de la *fuerza argumentativa* con la que se convoca el *topos*, lleva a plantear que la significación de las palabras, construidas por *topoi*, comparten en sí mismas un tipo de gradualidad. Por tanto, esta última hipótesis conlleva a la conclusión que en los encadenamientos argumentativos, no sólo la conclusión puede determinar semánticamente el argumento, sino que el argumento también puede determinar la conclusión.

A partir de allí se añade la idea de que el sentido de un fragmento de discurso reside en su *orientación*. Anscombe y Ducrot plantearon que el uso de un elemento lingüístico ya lleva en sí una orientación argumentativa. El valor argumentativo de un enunciado está determinado por su orientación argumentativa y por el carácter gradual de dicha orientación. Por tanto, se pueden establecer dos clases argumentativas. Todos los argumentos que lleven a una misma conclusión son coorientados, mientras que los contraorientados van ordenados a una conclusión contraria. Por tanto, podemos decir que la relación argumentativa se define a partir de las nociones de orientación argumentativa, fuerza argumentativa e intención argumentativa.

Sin embargo, en nuestra opinión y, como ya habían apuntado, para muchos autores<sup>105</sup>, es verdad que la argumentación es una dimensión que puede tener cualquier discurso, pero eso no implica que toda manifestación lingüística sea argumentativa. Ante esta idea de la argumentación, Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2002:21) se preguntan: "¿El mismo hecho de hablar tiene la intención de convencer en cierto modo al receptor, es decir, de hacer que esté "de acuerdo" con el que habla, o, al menos, "colabore" con él?" Esta pregunta ha llevado más tarde a una de las autoras a afirmar que: "La argumentación está, indudablemente, en el discurso, pero quizás sea excesivo hablar de que está en la lengua, a no ser que entendamos por argumentación el intento de todo hablante de que el oyente acepte su discurso" (Fuentes Rodríguez, 2009a: 109).

Las citadas autoras consideran que la afirmación de que la argumentación está en la lengua ha de aclararse puesto que en la práctica todos los textos tienen la intencionalidad de comunicar con el oyente y, por tanto, buscan también el consenso, necesario para que el acto comunicativo se produzca (Fuentes y Alcaide, 2002: 21). A partir de entienden que el planteamiento de Anscombe y Ducrot (1994) hay que entender como una *argumentación en el lenguaje*, porque es "una característica inherente al lenguaje como medio de comunicación" (2002: 21). No obstante, las mismas autoras señalan que:

Hay una diferencia entre buscar la colaboración del oyente, que no tenga una actitud de rechazo ante lo que se dice y que acepte hablar con el interlocutor y colabore, a marcar el

---

<sup>105</sup> Catalina Fuentes Rodríguez y Esperanza Alcaide (2002: 21-24).

discurso de forma externa y conscientemente para que el oyente llegue a pensar determinadas cosas (Fuentes y Alcaide, 2002: 22).

Desde el punto de vista antropológico o sociológico, la comunicación es la búsqueda de la compañía y, por tanto, es algo que está más allá del lenguaje y que pertenece a la propia ontología de la comunicación, es comunicar en sí y supone el grado 0 de la argumentación.

Por tanto, para ellas, la argumentación corresponde a una *dimensión* presente en todos (o la mayoría) de los enunciados, en la medida en que orientan al receptor hacia determinada conclusión y en este punto coinciden con Anscombe y Ducrot [1994].

[...] la argumentación es una dimensión que puede afectar a cualquier tipo de textos: conversacional, jurídico, publicitario, administrativo, narrativo, etc. El hablante puede construir su mensaje con el objetivo de guiar al oyente hacia determinadas conclusiones (Fuentes y Alcaide, 2000; 2007: 7).

Además, señalan que «el propio acto de hablar lleva consigo la intención de convencer y persuadir al receptor, y de conseguir su acuerdo y su colaboración» (Fuentes y Alcaide, 2007: 11). Desde este presupuesto, definen como argumentativo «aquél texto o secuencia que marca explícitamente el razonamiento al que quiere llevar al interlocutor» (Fuentes y Alcaide, 2002: 22).

La argumentación concebida como una dimensión tiene su manifestación lingüística en una serie de mecanismos que pueden abarcar el aspecto fónico, sintáctico o semántico (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2007: 7).

De este modo, el objetivo de esta tesis es identificar y reconocer cuáles son los instrumentos y mecanismos más usados en los respectivos autores cuyas columnas, de *El País* y de *ABC*, hemos analizado.





## **B. LA CONFIGURACIÓN DEL CORPUS Y LA METODOLOGÍA**





## 1. TIPOS DE DATOS Y SELECCIÓN DEL CORPUS

Igual que el aspecto teórico, la parte metodológica es también fundamental en esta tesis doctoral puesto que nos ha permitido resolver dudas y problemas derivados de los textos que analizamos para cumplir con los objetivos establecidos. Por tanto, este apartado se organiza de acuerdo con los elementos que conforman (o deberían conformar) un análisis lingüístico de textos contemporáneos.

En primer lugar, partimos de la lingüística y de nuestro interés por las realizaciones contextualizadas de la lengua. En ese sentido, apostamos por el abordaje de diversas formas y mecanismos lingüísticos y pragmáticos que constituyen el discurso de las columnas periodísticas. En segundo lugar, nuestro objetivo es más de carácter descriptivo que comprensivo y crítico dado que consideramos que la interpretación de los textos es posterior a una descripción detallada de estos. Sin embargo, reconocemos la utilidad y la necesidad, sobre todo aplicada, de una buena comprensión para poder efectuar un análisis descriptivo y global y, a continuación, ver cómo el lenguaje configura el desarrollo de todo proceso argumentativo.

La argumentación es un fenómeno muy complejo en el que confluyen varias disciplinas. Para la filosofía, la argumentación puede ser un medio de organizar el razonamiento humano; en las ciencias jurídicas, es una pieza clave, dado que para defender o atacar adecuadamente una postura es necesario ordenar los hechos y los conceptos de una manera determinada con el fin de convencer a un juez o a un jurado; en el ámbito político la discusión y el debate son la esencia de cualquier proceso político; los estudios sobre la propaganda se centran en los medios cuyo fin primordial es persuadir, es decir, adoptar una opción política o comprar un determinado producto. En todos estos ámbitos y procesos, los procedimientos argumentativos y el lenguaje (también otros elementos, como sonidos o imágenes) juegan un papel fundamental.

En los capítulos anteriores hemos visto que el estudio de la argumentación es muy amplio. Desde un punto de vista se puede estudiar la argumentación como tipo de discurso, pero también se puede considerar como una característica de algunos elementos que podemos describir en el nivel oracional y en textos de cualquier tipo, no

sólo argumentativos. Es decir, es una característica del discurso humano que se manifiesta a partir de marcas lingüísticas y discursivas concretas. Se puede manifestar en distintos niveles textuales: microestructural (oraciones), macroestructural (fragmentos discursivos) y el superestructural (global textual).

"La argumentación es una estructuración que afecta, al menos, al enunciado cuando forma parte de un texto. Estos enunciados pueden estar marcados o no, pueden ser meramente descriptivos o informativos, sin ningún propósito de llevar al oyente a ninguna conclusión" (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 26).

También es una dimensión textual que puede ser expresada por cualquier mecanismo: fónico (entonación, articulación especial), semántico (contenido evaluativo, metáfora, ironía) o sintáctico (orden, conectores, operadores) (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 72-73).

El centro de interés de este trabajo es la argumentación como fenómeno lingüístico, es decir, ver cómo el lenguaje configura o determina el desarrollo de todo proceso argumentativo en una serie de textos contemporáneos y escritos, dos aspectos claves del material seleccionado.

El objeto de estudio de esta tesis son las columnas periodísticas, textos caracterizados como argumentativos y opinativos con el fin de presentar la opinión del autor, defender su tesis y al final persuadir al lector. Todos los materiales y las estrategias que constituyen las columnas, artículos de opinión más representativos, responden a un propósito argumentativo, es decir, son, procedimientos para legitimar las convicciones y actitudes de los interlocutores, con pretensión de validez y reconocimiento intersubjetivo, tal como del Núñez y del Teso han apuntado sobre la argumentación:

En un sentido débil todo texto es argumentativo, pues utiliza mecanismos de apoyo que buscan la aceptación por el receptor de un contenido cognitivo, esto es, la verdad de una proposición, la legitimidad de un pensamiento u opinión (Núñez y del Teso, 1996: 193).

A lo largo de los estudios que pertenecen al campo de análisis de discurso se han preferido los materiales contemporáneos. Tal como apunta López Morales (2004: 49), los textos contemporáneos le permiten al investigador "la selección de variables

lingüísticas y un mejor conocimiento de los conjuntos de equivalencias que conforman sus variantes de superficie y de los factores extralingüísticos que deben intervenir en sus análisis de covariación". Por tanto, estudiando textos contemporáneos se mantiene cierto control sobre los datos porque cada investigación empírica está “[...] precedida por un conocimiento de la comunidad que se va a estudiar y por una selección de las variables (lingüísticas y sociales) [...]” (Almeida, 1999: 24).

Otro aspecto importante del corpus es que son textos escritos. Hay que recordar que los actuales estudios de la lengua han puesto en duda la clásica dicotomía entre lo oral y lo escrito. De este modo, Oesterreicher (1996) sostiene que los estudios de la oralidad no se limitan a la consideración de textos comunicados por el canal audiofónico, sino que también implican observar cómo esta se manifiesta en los textos escritos. Entre lo oral y lo escrito se establece una relación gradada como entre los dos polos extremos, lo que lleva estos hechos en un continuo conceptual, una especie de escala gradual, compleja y diversificada en la que los conceptos de inmediatez y distancia comunicativas de Oesterreicher (2005) permiten captar esta concepción.

Los textos escritos contienen actos comunicativos que deben analizarse desde su propia óptica, por lo que, de acuerdo con Jucker (2006), el hecho de que la interacción oral no esté disponible no constituye un inconveniente. De este modo, Calsamiglia y Tusón (2008: 63) destacan las siguientes características de la situación de la enunciación escrita prototípica:

- La actuación independiente y autónoma de personas que se comunican a través de un texto. Emisores y receptores se llaman más precisamente **escritores** y **lectores**.
- La comunicación tiene lugar **in absentia**: sus protagonistas no comparten ni el tiempo ni el espacio. El momento y el lugar de la escritura no coinciden con los de la lectura.
- Al tratarse de una **interacción diferida**, el texto debe contener las instrucciones necesarias para ser interpretado.

También resulta importante destacar que las columnas periodísticas igual que el discurso mediático en general es en cierta manera una representación del mundo. Tal como señalaba Marshall McLuhan el lector suele recurrir primero a leer las noticias

sobre las que ya tiene alguna información y de esa manera se deleita a ver cómo otros medios recrean lo ya visto o vivido por él (2009 [1964]: 149).

Teniendo en cuenta que muchas columnas se basan en acontecimientos reales documentados en noticias publicadas en TV, internet, radio o periódicos, se puede decir que el lector puede encontrar en las palabras del columnista una nueva versión de aquello que ya había visto, escuchado o leído. Aunque el lector pudo haber visto la misma noticia que aparece comentada por el columnista, la ideología y el recorte que hace el columnista le permite al lector reconstruir el discurso original y ver la realidad desde otra perspectiva.

También el hecho de que el columnista se refiera a una determinada noticia y no otra contribuye a que su discurso crea y moldea de una u otra manera la percepción y la visión que la gente posee sobre la realidad social y las cosas que suceden en su alrededor.

Una vez establecidas las características generales del corpus de esta tesis, a continuación vamos a centrarnos en las características particulares del corpus seleccionado.

### **1.1. Características del corpus: *El País* y *ABC*, dos periódicos de referencia<sup>106</sup>**

El objetivo de esta tesis es hacer un análisis de la argumentación que pretende contribuir a la caracterización global del discurso de opinión periodístico a partir del análisis de casos concretos. Para lograr estos objetivos se han escogido columnas firmadas, publicadas en dos periódicos de orientación distinta: *El País* y *ABC*. Los autores de las columnas elegidas de *El País* son Carlos Boyero y Maruja Torres; los de *ABC*, Antonio Burgos e Ignacio Camacho.

---

<sup>106</sup> Como fuente principal de la información más importante sobre los dos periódicos, *El País* y *ABC*, hemos recurrido a Internet, en general, y a las páginas web oficiales de cada uno, en particular.

Es una muestra de cuarenta columnas firmadas (diez columnas de cada autor) extraídas de la página de opinión de la versión digital de los periódicos españoles *El País*<sup>107</sup> y *ABC*<sup>108</sup> que corresponden al periodo entre el mes de enero del 2011 hasta junio del 2011. Con el fin de mantener el mayor grado de objetividad, la selección de los textos analizados se ha hecho al azar.

Hemos escogido los periódicos españoles diarios *El País* y *ABC* porque son de relevancia importante y, además, de orientación distinta lo que nos permite hacer un análisis contrastivo de distintos autores y sus textos, que exhiben el mismo tipo de organización textual en el mismo contexto social. Además, como ya hemos apuntado, todas las estrategias que emplean los autores en las columnas son procedimientos para legitimar las convicciones y actitudes de los interlocutores y, por lo tanto, responden a un propósito argumentativo.

## 1.2. *El País*



*El País* es un periódico fundado en 1976 por José Ortega Spottorno “se define como un periódico independiente, de calidad, con vocación iberoamericana y defensor

<sup>107</sup> Disponible en: <http://elpais.com/elpais/opinion.html>.

<sup>108</sup> Disponible en: <http://www.abc.es/opinion/editoriales-columnistas.asp>.

de la democracia pluralista.”<sup>109</sup> La fecha de su fundación coincide con los principios de la transición española y por eso se convirtió en el periódico de la España democrática dado que el resto de los periódicos españoles tenían una larga historia en el franquismo. Por tanto, en los años 80, *El País* se consolidó como líder de la prensa española, frente a *ABC*, de tendencia conservadora.<sup>110</sup>

El diario pertenece al mayor grupo mediático de España, el Grupo PRISA, cuyo principal accionista es, a partir de 2010, Liberty Acquisition Holding. PRISA es también propietario de la Cadena SER (radio), *Cinco Días* (prensa económica), Grupo Santillana, con las editoriales Santillana, Alfaguara, Taurus, Aguilar y otras; *Diario As* (prensa deportiva), Los 40 Principales, Máxima FM, M80 Radio, entre otros medios. Su sede social está en Madrid y, además de varias delegaciones en España, tiene redacciones en Washington, México DF, São Paulo y una delegación en Bruselas. El diario también cuenta con corresponsales en Pekín, Jerusalén, Moscú, Berlín, París, Londres, Roma, Lisboa, Dubai y Buenos Aires, y con una amplia red de colaboradores en todo el mundo.

El 4 de mayo de 1996, *El País* se convirtió en el segundo periódico de España en ofrecer una edición electrónica en Internet, *El País digital*<sup>111</sup>. El 18 de noviembre de 2002 impuso el sistema de pago para acceder a los contenidos informativos de su edición digital convirtiéndose así en el primer periódico español que implementó el pago, lo que causó una disminución drástica de sus visitas. El 3 de junio de 2005 *El País* volvió a abrir el contenido del diario gratuitamente, dejando básicamente a los suscriptores el acceso a algunos suplementos, contenidos multimedia y a las versiones en pdf.

---

<sup>109</sup> De este modo lo definen en su web corporativa: <http://elpais.com/corporativos/> [Fecha de consulta 11/03/2014].

<sup>110</sup> Según datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), el promedio de tirada de *El País* es de 377.603 ejemplares y el promedio de difusión de 304.241, lo que le convierte en el periódico no deportivo de mayor difusión de España. Disponible en <http://www.introl.es/medios-controlados/>. [Fecha de Consulta 11/03/2014].

<sup>111</sup> El primero fue el periódico en catalán *Avui*.

El hecho de que fuese el primer periódico de España en establecer normas internas de control de calidad y su riguroso tratamiento de las normas periodísticas contribuyó a su prestigio. *El País* fue el primer diario español en redactar y publicar un *Libro de estilo* que se convirtió en referencia, y continúa siéndolo, en el mundo del periodismo y en crear la figura del «Defensor del lector» (equivalente al *Press Ombudsman* anglosajón).

En cuanto a su formato y diseño, desde su fundación hasta finales de 2007, siempre ha mantenido el mismo diseño, sin apenas evolución. Sin embargo, el 21 de octubre de 2007, *El País* llevó a cabo una renovación de su formato y contenidos, que consistió en inclusión de toda una serie de reformas, que afectan tanto a su edición impresa como a su proyección digital en Internet. Además, su histórico lema «Diario independiente de la mañana» fue sustituido por el de «El periódico global en español».

En lo ideológico, se ha definido siempre como de tendencia europeísta. Se caracteriza por el extenso tratamiento que da en lo informativo, a las noticias de carácter internacional, de cultura y de economía, además de la información sobre España. Cuenta con columnistas y colaboradores puntuales provenientes de diferentes ámbitos sociales, en la línea editorial demócrata y europeísta del diario.

El País cuenta con varios suplementos. Con cada publicación diaria sale uno dedicado a un tema específico y también tiene suplementos mensuales. Cuadernos con noticias locales se publican en Andalucía, Catalunya, Comunidad Valenciana, Galicia, Madrid y País Vasco. Además, saca de lunes a sábado una edición en inglés (8 páginas) dirigida a los extranjeros residentes en España.

### 1.2.1. Maruja Torres

En su blog Maruja Torres dice de ella misma:

Maruja Torres. Una nena del Raval convertida en una señora del Eixample.

Una barcelonesa curtida en los conflictos mundiales, una periodista todoterreno que empezó en la profesión cuando existían tipos de plomo para formar las palabras, que muchas veces no se podían publicar. Una mujer de 67 años macerada en Beirut que se lanza a la blogosfera como si fuera la primera aventura de su vida. 46 años de periodismo, reportera, columnista, feissbookera, sentimental, autora de libros y ganadora de premios, aficionada al tango, a la copla, a la ópera, a Venecia bajo la lluvia y al Mediterráneo en cualquiera de sus puntos cardinales. Le gustan los hombres débiles y las mujeres fuertes, lo cual es un acto de realismo. Le gusta la honestidad en hombres y mujeres, lo cual es una norma de vida que no la hace más fácil, pero sí mucho mejor. Tiene un perro viejito, y en su vida, desde la niñez, siempre hubo un balcón. Este blog lo es.<sup>112</sup>



María Dolores Torres Manzanera, más conocida como Maruja Torres, nació en Barcelona en 1943. Comienza a trabajar como periodista a los 21 años y cultivó todas las facetas del periodismo, desde su trabajo como corresponsal de guerra en el Líbano, Panamá e Israel hasta las entrevistas y cobertura de muchos grandes acontecimientos de la historia contemporánea. Fue colaboradora en la sección del diario *El País*, donde fueron famosas sus series de artículos *Hogueras de agosto* y *Nosotros a lo nuestro* hasta el mes de mayo del año 2013. Ahora escribe su columna de opinión en eldiario.es.<sup>113</sup>

<sup>112</sup> Disponible en: <http://www.marujatorres.com/bio/> [Fecha de consulta 12/03/2014].

<sup>113</sup> Ella misma anunció su despedida en Twitter. Disponible en <https://twitter.com/Mistrals/status/335061714678726656> [Fecha de consulta 12/03/2014].



Maruja Torres es también escritora. En 1986 publica su primer libro, *¡Oh es él! Viaje fantástico hacia Julio Iglesias*, seguida en 1991 por *Ceguera de amor*, ambas "novelas de humor" según definición de la propia autora. Pero fue con *Amor América: un viaje sentimental por América Latina* (1993) que, como confiesa, aprendió a escribir. Le siguen libros de periodismo y viajes hasta que en 1998 saca a la luz su primera obra de ficción, *Un calor tan cercano*, una novela que le vale un premio y el reconocimiento de la crítica. En el año 2000 recibió el premio Planeta por *Mientras vivimos*.

Algunas de las opiniones de Maruja Torres han desatado polémicas. Por ejemplo, en una entrevista publicada en el Diario Barcelonés llama "hijos de puta" a todos los votantes del Partido Popular. También le acusaron de "antisemitismo" por la columna publicada en El País en 2006.<sup>114</sup> El entonces embajador de Israel en España, Víctor Harel envió una carta al director de El País, en la que acusó a la periodista de "antisemitismo".<sup>115</sup> Maruja Torres contestó a su vez en una nueva columna, en la que se declaró abiertamente antisionista.<sup>116</sup>

---

<sup>114</sup> Disponible en [http://elpais.com/diario/2006/11/16/ultima/1163631602\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2006/11/16/ultima/1163631602_850215.html). [Fecha de consulta 12/03/2014].

<sup>115</sup> Disponible en [http://elpais.com/diario/2006/11/19/opinion/1163890809\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2006/11/19/opinion/1163890809_850215.html). [Fecha de consulta 12/03/2014].

<sup>116</sup> Disponible en [http://elpais.com/diario/2006/11/23/ultima/1164236402\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2006/11/23/ultima/1164236402_850215.html). [Fecha de consulta 12/03/2014].

### 1.2.2. Carlos Boyero



Carlos Boyero nació en Salamanca en 1953. Estudió Ciencias de la Información en la Universidad Complutense de Madrid. A finales de los 70 empezó a escribir en *La Guía del Ocio*. Desde entonces, ha publicado en numerosos medios de comunicación: *Casablanca*, *Diario 16*, *El Independiente*. En 2007 empezó a trabajar en la sección de opinión del diario *El País* en octubre de 2007 después de colaborar varios años en el diario *El Mundo*. También colabora en *Cadena Ser* y *Digital+*. Es un crítico de referenciadel cine español aunque se resiste a ser llamado “crítico”.

Sin duda, Carlos Boyero es una figura polémica, pero también de referencia cuyas opiniones resuenan en el mundo del cine con más que notable retumbar. Por sus opiniones y críticas tan tajantes y muchas veces controvertidas se ha convertido en uno de los críticos más influyentes de España y una persona que, según muchos dicen, se le odia o se le ama.

A lo largo de su trayectoria profesional ha protagonizado varios encontronazos mediáticos con renombradas figuras del cine español y algunas de ellas incluso levantaron un manifiesto en su contra. De todos modos, es alguien que dice lo que piensa sin demasiados complejos y con mucha libertad.

### 1.3. ABC



*ABC* es uno de los grandes diarios nacionales que cuenta con once ediciones.<sup>117</sup> Fue fundado en Madrid el 1 de enero de 1903 por Torcuato Luca de Tena y Álvarez-Ossorio. En sus orígenes fue un semanario, aunque se convirtió en un bisemanario el 16 de junio del mismo año y comenzó a distribuirse diariamente a partir del 1 de junio de 1905. El 12 de octubre de 1929 nació el *ABC de Sevilla*, al que el *ABC de Madrid* aportó su doctrina, textos e incluso las páginas de hueco grabado.

Durante la dictadura entró en una larga fase de decadencia. Después de la guerra civil, el *ABC* fue restituido a sus propietarios originales y volvió a ser el periódico más vendido en España. En la democracia resurgió el diario bajo la dirección de Luis María Anson. El diario está en proceso de modernización, tanto en prensa escrita como electrónicamente en su web, y es el tercer diario nacional en cuanto a sus ventas y difusión.<sup>118</sup>

<sup>117</sup> Según datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), el promedio de tirada de *ABC* es de 214.639 ejemplares y el promedio de difusión de 153.645. [Disponible en <http://www.introl.es/medios-controlados/>. Fecha de Consulta 11/03/2014].

<sup>118</sup> Según datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) y referidos al período de julio de 2010 a junio de 2011, el promedio de tirada de *ABC* fue de 314.271 ejemplares y el de difusión de 242.154. Referidos al período de julio de 2011 a junio de 2012, el promedio de tirada de *ABC* fue de 258.329 ejemplares y el de difusión de 190.749. [Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Comparativa\\_de\\_peri%C3%B3dicos\\_de\\_Espa%C3%B1a](http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Comparativa_de_peri%C3%B3dicos_de_Espa%C3%B1a). Fecha de consulta 05/04/2013].

Durante el 2009 se realizó la presentación oficial del fondo documental que alberga ABC.es, de libre disposición de manera gratuita, que cuenta con cinco millones de páginas que incluyen, además de los más de 60.000 números del diario que se han editado hasta hoy en las ediciones de Madrid y Sevilla, las páginas de revistas y suplementos de la histórica cabecera.

Entre sus señas de identidad destaca el formato: se edita con grapa y su formato folio, arrevistado, y sus artículos de opinión de la tercera página, denominados genéricamente «La Tercera». A lo largo del siglo XX, ABC contaba con una gran cantidad de columnistas, entre los cuales figuraron Valle Inclán, Azorín, José María Pemán, Pedro J. Ramírez, Federico Jiménez Losantos, Carlos Luis Álvarez («Cándido»), Jaime Campmany, Julián Marías o César Alonso de los Ríos.

La focalización en dos de los periódicos más relevantes de la prensa española actual, *El País* y *ABC*, nos posibilitará sopesar el proceso argumentativo al que recurren los autores de ambos periódicos. Por otro lado, nos facilitará comprobar si los autores, realmente, someten sus recursos lingüísticos a la ideología del periódico o, por el contrario, los recursos y mecanismo lingüísticos son sometidos a su propio estilo y formas de pensamiento.

### 1.3.1. Antonio Burgos



Antonio Burgos nació en Sevilla en 1943. Es licenciado en Filosofía y Letras por la Universidad de Sevilla y en Filología Románica por la de Madrid.

Antonio Burgos es uno de los primeros articulistas españoles y su sección de opinión «El recuadro» goza de gran popularidad. Sus artículos aparecen en el diario *El Mundo* y sus comentarios radiofónicos en *Protagonistas* de Luis del Olmo, de Onda Cero Radio, programa en el que colabora desde 1983.

Inició su trayectoria como periodista en 1966 cuando ingresó en el periódico "ABC" de Sevilla, donde había realizado prácticas como alumno de la Escuela Oficial de Periodismo. En 1977 retornó a ABC como redactor jefe y comenzó a publicar un artículo diario, transformando la vieja sección "Sevilla al día" en su popular y leídísimo "Recuadro". Crea la sección gráfica "Casco Antiguo", donde con el pseudónimo de "Abel Infanzón" realizó una importante labor contra la destrucción del patrimonio artístico y monumental de Sevilla. En 1984 es nombrado Subdirector del mencionado diario, cargo que ocupó hasta 1990. En ese momento se traslada a *Diario 16* y se incorporó como articulista hasta 1993 cuando pasó como columnista habitual al diario *El Mundo*. Desde 2002 escribió también en ¡Hola! y a partir de septiembre de 2004 su sección de artículos "El Recuadro" volvió a publicarse en el diario ABC.

Antonio Burgos es, sin duda, una de las voces más significadas en la defensa de Andalucía, cuya cultura, tradición y significado histórico han presidido su extensa obra periodística y literaria desde sus inicios hace más de 30 años. Muchos le consideran un

escritor gaditano nacido en Sevilla y citan su frase: “La gente de Cai nacemos donde nos sale de los cojones...”.

En 1972 ganó el premio Ciudad de Marbella con la novela *El contrabandista de pájaros*.

Antonio Burgos también es considerado un articulista controvertido. Por sus posturas y opiniones le acusaron de homofobia, misoginia, anticatalanismo y antosocialista. En varias ocasiones atacaba al ex presidente del Gobierno mientras estaba en función, José Luis Rodríguez Zapatero y, también, a los miembros de su familia, sus hijas y su esposa.

También es controvertido por sus críticas satíricas a algunas mujeres. Se refirió a Montserrat Nebrera, parlamentaria del Partido Popular en Cataluña como "catalana de mierda", a Carme Chacón, Ministra de Defensa de España como "animal de compañía", a Bibiana Aído, titular del Ministerio de Igualdad de España como "flamenquita de Alcalá de los Gazules" o "ministra becaria", y dijo de Leire Pajín, secretaria de organización del Partido Socialista de España (PSOE), que tiene "cara de película porno". Estos comentarios han sido condenados por *El Observatorio de la Imagen de las Mujeres* del Instituto de la Mujer como vejatorios.

### 1.3.2. Ignacio Camacho

Ignacio Camacho nació en Marchena, Sevilla en 1957. Es licenciado en Filología Hispánica por la Universidad de Sevilla. Comenzó su andadura periodística en los diarios Nueva Andalucía y El Correo de Andalucía, entre 1980 y 1982. Miembro fundador del equipo de la edición regional andaluza de *Diario 16*, ejerció en este periódico como cronista político, columnista y subdirector hasta 1996.



Ha sido subdirector y columnista de *El Mundo*, en Madrid y en Sevilla, y desde noviembre de 2000 fue adjunto al director de *ABC* de Sevilla, para ser luego, en Julio del 2004, nuevo Director, sustituyendo a José Antonio Zarzalejos.

En la actualidad es columnista de ABC, publica un artículo diario de análisis político en ABC. Además de columnista y editorialista del periódico en sus ediciones nacional y andaluza Camacho es comentarista de la tertulia radiofónica "La Brújula" de Onda Cero y de la Mesa de Debate de los programas "Día a día" (hasta 2004), "Cada día" (2004-2005), conducidos ambos por María Teresa Campos, en Telecinco y Antena 3 respectivamente, "Madrid opina" (2006-2011) en Telemadrid y "El debate de la 1" (2012-presente) en TVE.

Como escritor, fue autor del primer libro de investigación sobre el "caso Juan Guerra", *El huerto del asistente*, (Planeta 1990) y es coautor de la *Crónica de un sueño*, sobre la Transición en Andalucía, y de *Memoria del paisaje*, junto a José María Caballero Bonald y otros.

En mayo de 2008 ha sido galardonado con el Premio González Ruano de periodismo, otorgado por la Fundación MAPFRE, por su artículo obituario "UMBRALES", publicado en el periódico ABC. En Mayo de 2010 recibe el Premio Mariano de Cavia del diario ABC.

En 2013 recibe el Premio ABC Cultural & Ámbito Cultural, de manos de sus directores Fernando Rodríguez Lafuente y Ramón Pernas.



## 2. TRATAMIENTO DE LOS DATOS Y LA METODOLOGÍA

Recordamos una vez más que los objetivos principales de esta tesis son, en primer lugar, analizar los recursos propios de la argumentación, en segundo lugar analizar los recursos lingüísticos relacionados con el carácter dialógico de la argumentación, concretamente, los mecanismos relacionados con la figura del emisor y la del receptor y, en tercer lugar, estudiar las manifestaciones de cortesía verbal al expresar diferentes puntos de vista y diferentes actitudes y así establecer la relación entre la argumentación y la cortesía. Por tanto, para poder cumplir los objetivos de la tesis, la metodología ha consistido en:

1. Compilar una muestra de textos argumentativos procedentes de la sección de opinión de dos periódicos españoles.

Para poder proceder con el análisis de una manera más eficaz y sistemática, nos ha servido la idea básica de la lingüística de corpus que, frente a la imposibilidad técnica de abordar todas las producciones lingüísticas, se basa en “reducir el objeto de un modo más o menos drástico ya sea seleccionando algunos ejemplos teóricamente relevantes o eligiendo una lengua producida en un determinado contexto” (Alcántara Plá, 2007: 5). Aunque el concepto del corpus ha variado, en general se entiende como “un conjunto homogéneo de documentos lingüísticos de cualquier tipo [...] que se toman como modelo de un estado o nivel de lengua predeterminado, al cual representan o se pretende que representen” (Alvar et al., 1994: 10) Por tanto, el primer paso fue crear una base de datos con todas las columnas seleccionadas.

La lingüística de corpus aporta evidencia científica ya que, según Parodi Sweis (2010: 14), permite explicitar las conclusiones con el apoyo de los datos reales. De acuerdo con este autor, esta disciplina facilita el estudio de cualquier aspecto de la lengua y se puede emplear en todas las áreas de la lingüística, en todos los niveles de la lengua y desde distintos enfoques teóricos. El uso del corpus no solo aporta cierta evidencia científica sino también un aspecto empírico debido a que corresponde con el análisis de "patrones de uso lingüístico real en textos naturales (*op.cit.*:37), utilizados como la base para el análisis.

Debido a que nuestro objeto son columnas periodísticas, consideramos necesaria la construcción de corpus textuales. Primero, porque el corpus textual tiene la ventaja de presentar el funcionamiento de unidades lingüísticas en las diversas partes del texto, facilitando los estudios discursivos según Alvar et al. (1994). Este tipo de corpus también permite realizar una mayor cantidad de clases de investigaciones, y, en caso de ser necesario, es posible extraer fragmentos del mismo. Y al final, como el objetivo de esta tesis es ver el proceso argumentativo desde un punto de vista global, la representatividad del corpus está garantizada, puesto que cada texto constituye un universo válidamente descriptible, al ser una unidad comunicativa.

No obstante, Parodi Sweis (2010) advierte que un corpus debe estar formado por dos textos o más, por lo que es imprescindible diferenciar estos dos conceptos:

[...] un texto se constituye en una pieza comunicativa única y que se define por su cierre semántico y su coherencia [,] un corpus [...] reúne un conjunto de unidades textuales y no es una única instancia comunicativa, tampoco cuenta con cierre de ningún tipo (Parodi Sweis, 2010: 25).

Una vez seleccionados los columnistas de cada periódico, se han recopilado las columnas. Se ha optado por seleccionar las columnas de modo aleatorio para mantener la objetividad y no influir de ninguna manera en los resultados de análisis. Sin embargo, dado que los textos se han descargado directamente de la versión digital de cada periódico, el único criterio de búsqueda era por la fecha de modo que se seleccionaron todas las columnas publicadas en las mismas fichas.

Una vez recopilados los textos, primero se han convertido en un documento MWord y se han clasificado por autores. Cada columna ha sido identificada por las iniciales de cada autor (CB, MT, AB e IC) y un número (de 1 a 10, porque se han analizado 10 columnas de cada autor). Esto ha permitido acceder con facilidad a cada columna y poder identificar y marcar las unidades lingüísticas y los enunciados o segmentos de interés para esta tesis. La compilación de las columnas de cada autor se pueden consultar en los [Anexos](#)<sup>119</sup> (p. 15 y ss.).

---

<sup>119</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

2. El siguiente paso ha sido analizar la muestra de textos en base a las tablas analíticas establecidas que explicamos a continuación. En primer lugar se analizaron los marcadores propios de la argumentación utilizados por los autores. En este aspecto nos centramos en dos aspectos principales:

- Orientación argumentativa
- Fuerza argumentativa

En segundo lugar se hizo un análisis de los mecanismos lingüísticos y pragmáticos relacionados con el carácter dialógico de la argumentación que abarca dos perspectivas distintas:

- La figura de emisor
- La figura del receptor

Al final, se estudian las manifestaciones de la cortesía verbal como consecuencia del juego dialógico que se produce entre las representaciones de la figura del emisor y del receptor:

- Cortesía positiva
- Cortesía negativa

3. A partir de los resultados obtenidos con el análisis empírico se han descrito los principales mecanismos y recursos que emplean los columnistas para expresar su opinión, justificar sus posturas y convencer a los lectores. Estos mecanismos argumentados con datos del corpus se explican con detalles en los capítulos I, II y III de la tercera parte de esta tesis (C). En la parte (D) se van a interpretar y evaluar los resultados obtenidos y en la parte (E) se expondrán las principales conclusiones de este análisis: ¿Relaciones y diferencias entre las manifestaciones de argumentación y cortesía de los distintos columnistas de cada medio *El País* (MT y CB) y *ABC* (AB e IC)?

## 2.1. Diseño y metodología del análisis y herramientas teóricas generales utilizadas

Como hemos visto en la introducción, el objetivo de esta tesis es hacer explícitas las estructuras y estrategias argumentativas que utilizan los autores de cada medio en sus columnas. Por tanto, este análisis se centra en dos aspectos complejos que corresponden a los objetivos principales de la tesis y que nos permitirán explicitar las características discursivas y los mecanismos lingüísticos y pragmáticos de las estrategias argumentativas en las columnas periodísticas:

- Análisis de los marcadores propios de la argumentación;
- Análisis de los recursos del proceso argumentativo relacionados con la figura del emisor y la figura del receptor;
- Análisis de las manifestaciones de la cortesía verbal.

<b>OPINIÓN - ARGUMENTACIÓN</b>		
<b>Marcadores de la argumentación</b>	<b>Argumentación y los interlocutores</b>	<b>Argumentación y cortesía verbal</b>

Consideramos que estos tres aspectos presentan diferentes maneras por cuales las unidades lingüísticas pueden contribuir a explicar la construcción del significado global de las columnas y cómo funcionan esas unidades en la realización del fin argumentativo y persuasivo. Por tanto, permiten ofrecer un panorama completo.

Recordamos que los argumentos son razones que justifican una conclusión. Pueden calificarse de distintos modos y por lo tanto hay que diferenciar varios planos: dimensión argumentativa, operaciones argumentativas y funciones argumentativas (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 71).

Primero analizaremos las dos principales dimensiones argumentativas:

- Orientación (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 54)

- Fuerza argumentativa (Anscombe y Ducrot, [1983] 1994: 265-272 y Ducrot 1998)

En la tabla siguiente se resumen las distintas funciones, relaciones de orientación argumentativa, y de la fuerza argumentativa, que centrarán el objeto de nuestra investigación.

<b>Marcadores de la argumentación</b>		
<b>Orientación argumentativa</b>		<b>Fuerza argumentativa</b>
Coorientación	Relación aditiva	Intensificación argumentativa
	Relación causal	
Antiorientación	Relación adversativa	Atenuación argumentativa
	Relación concesiva	

En cuanto a la orientación, la dinámica discursiva, puede favorecer unas continuaciones del discurso e impedir otras así que se puede decir que la dinámica está orientada desde el punto de vista argumentativo en una dirección determinada. En este sentido los enunciados pueden tener una relación de coorientación y de antiorientación.

Recordamos que la coorientación argumentativa implica el mantenimiento de la orientación argumentativa. Por tanto, vamos a abordar este aspecto de la orientación argumentativa centrándonos por un lado, en relación de adición de la información y, por otro, en relación causal que abarca la relación de causa y la de consecuencia. Ambas son relaciones lingüísticas que se establecen entre el argumento y la conclusión de modo que ambos segmentos conservan la misma orientación argumentativa y permiten que argumentos aparezcan coorientados.

El análisis de la orientación argumentativa aplicado a todos los textos del corpus se puede consultar en [Anexos](#)<sup>120</sup> (p. 41 y ss.).

<sup>120</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

El concepto de la fuerza argumentativa es una consecuencia directa de la suposición de Anscombe y Ducrot de que el léxico es gradual. Como hemos observado en el capítulo IV de la primera parte de esta tesis, la teoría desarrollada por Anscombe y Ducrot sostiene que la significación de las palabras es de naturaleza argumentativa y no informativa. Su intento es explicar la significación de palabras en términos inmanentes y no referencialistas. Para estos autores hablar equivale a argumentar, es la propia estructura lingüística que gobierna la actualización de la argumentación en la lengua. Este es el pilar central de su teoría de la argumentación en la lengua. Por lo tanto, recordamos que la hipótesis general de la teoría de Anscombe y Ducrot que nos sirve de conceptos operativos de análisis:

- La significación de las palabras es argumentativa. El valor semántico de una unidad lingüística está formado por una serie de instrucciones que indican las posibles dinámicas discursivas que se derivan de la misma.
- La función argumentativa de los enunciados está determinada por su estructura lingüística. Son las unidades lingüísticas (la lengua) empleadas por los interlocutores y no los hechos las que gobiernan y regulan la orientación argumentativa de un segmento discursivo.

Por consiguiente se podría afirmar que valores informativos o descriptivos apenas tienen influencia en la configuración lingüística de un enunciado y lo que es más importante es la orientación argumentativa que un emisor escoge cuando transforma su competencia lingüística abstracta en discursos concretos.

Dentro de este marco, los autores defienden que nunca hay valores informativos en el nivel de la frase. No sólo no hay frases puramente informativas, sino que ni siquiera hay, en la significación de las frases, componente informativo, lo que no significa que no haya usos informativos de las frases. Todo lo que queremos decir, es que tales usos (pseudo) informativos son derivados de un componente más «profundo» puramente argumentativo. Se deben a un uso utilitario particular del lenguaje y a cierta ideología racionalizante -Benveniste decía logicizante-, que sólo puede desarrollarse

disimulándose y que se disimula prestando a las palabras el poder intrínseco de representar las cosas. (Anscombe y Ducrot, [1983] 1994: 214).

Además de la hipótesis de que la significación de las palabras es puramente argumentativa, para *La Teoría la Argumentación en la Lengua* de Anscombe y Ducrot, la significación de las palabras es básicamente gradual, esto es, existen diferentes grados de aplicabilidad de un término en una dinámica discursiva determinada. Es decir, si la significación de una palabra es gradual tienen que existir ciertos elementos que permitan modificar la fuerza con la que una palabra se aplica en una determinada dinámica y estos elementos han de poder modificar a cualquier palabra del léxico. Cada uno de esos grados, en consecuencia, posee una fuerza argumentativa determinada que condiciona las posibles continuaciones que se derivan del uso de ese término.

Ahora bien, para demostrar lingüísticamente la presencia de esa gradualidad es necesario identificar los recursos y elementos léxicos que puedan modificar la fuerza argumentativa de una palabra y que reflejen los diversos grados que constituyen su significación. Uno de los componentes de la teoría de la argumentación en la lengua es la Teoría de los Modificadores Argumentativos que cumple esta función. Anscombe y Ducrot distinguen entre los modificadores realizantes y desrealizantes y dentro del grupo de modificadores desrealizantes distinguen dos clases: los atenuadores y los inversores.

Un modificador realizante es un sintagma que aumenta la fuerza argumentativa de la unidad con la que se relaciona mientras que un modificador desrealizante disminuye dicha fuerza. Los atenuadores se definen porque devalúan la fuerza argumentativa del predicado al que se aplican pero mantienen su misma orientación, mientras que los inversores invierten por completo la fuerza argumentativa del predicado al que se aplican. Como podemos ver, los usos realizantes y desrealizantes, ambos afectan a la orientación, fuerza y suficiencia argumentativa.

Teniendo en cuenta estos conceptos, para analizar los marcadores de la fuerza argumentativa nos vamos a centrar en dos operaciones argumentativas: la atenuación de la fuerza argumentativa y la intensificación de la fuerza argumentativa. Aunque mayoritariamente son los adjetivos y los adverbios las piezas léxicas que suelen

desempeñar funciones de modificador argumentativo, existen otros elementos que pueden cumplir esta función y que se presentarán con detalle en siguiente parte de esta tesis.

El análisis de la fuerza argumentativa en todas las columnas del corpus se puede consultar en [Anexos](#)<sup>121</sup> (p. 92 y ss.).

El segundo objetivo de esta tesis es analizar los recursos lingüísticos relacionados con el carácter dialógico de la argumentación. El dialogismo que supone la confrontación entre la figura del emisor y del receptor es otro aspecto fundamental que explica y motiva el funcionamiento de los mecanismos lingüísticos y discursivos de la argumentación (Cuenca, 1995: 27).

El aspecto interpersonal surge de la interrelación entre el código, los agentes y circunstancias del contexto comunicativo. En este sentido, la argumentación es un proceso que implica la realización del acto enunciativo y la presencia del receptor porque el objetivo principal es hacer llegar a los lectores a unas determinadas conclusiones valiéndose para ello de marcas lingüísticas, la intención del hablante y el contexto (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 27). Por eso, la figura del emisor es una condición imprescindible en este tipo de discursos.

En este sentido, por un lado, vamos a analizar cómo se manifiesta la visión personal de la figura del emisor, los columnistas en nuestro caso, cuáles son las manifestaciones de polifonía en su discurso y el uso de las estructuras impersonales que sirven para la desautorización y despersonalización del discurso. Por otro lado, nos ocuparemos de la figura del receptor y los mecanismos que utilizan los columnistas para hacer referencia a él en sus columnas, más en concreto, vamos a analizar las fórmulas de tratamiento y los mecanismos de apelación al lector.

En la tabla siguiente se retoman los diferentes parámetros referentes al emisor y al receptor, los interlocutores de la argumentación.

---

<sup>121</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).



Argumentación y los interlocutores	
Emisor	Receptor
Visión personal del columnista	Fórmulas de tratamiento
Polifonía	Mecanismos de apelación
Impersonalidad	

En [Anexos](#)<sup>122</sup> (p. 151 y ss.) se puede consultar el análisis de las manifestaciones del emisor y receptor aplicado a todos los textos del corpus.

La presencia de las figuras del emisor y del lector implican un tipo de interacción, un juego dialógico que se establece entre ellos y que se puede vincular con la teoría de la cortesía verbal.

[...] desde el momento en que la argumentación se establece sobre topoi, sobre reglas que dependen de la visión del mundo de una comunidad, están implicadas también las reglas que regulan las interacciones verbales, sociales por naturaleza. Por tanto, la cortesía afecta a la argumentación. Esta debe hacerse respetando aquella y aquella utiliza los mecanismos de esta para construirse y conseguir su propósito (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 66).

Así podemos ver que el uso de la cortesía tiene un fin de convencer al receptor de algo. Aunque la cortesía enfatiza más el aspecto psicológico y sociológico de la comunicación, es una estrategia de persuasión. Por tanto, está al servicio de la argumentación y es uno de los mecanismos. Por el otro lado, que uno argumente es una forma de ser cortés ya que justifica lo que pretende concluir y conseguir y así colabora con el otro.

Sin embargo, todavía no queda claro “¿Toda la cortesía entra en la argumentación? ¿O es el umbral de la misma, el primer grado en el *continuum* escalar?” (Fuentes y Alcaide, 2002: 24). Con el análisis que vamos a llevar a cabo en esta tesis doctoral, intentaremos acercarse a las posibles respuestas a las preguntas anteriormente mencionadas.

<sup>122</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

En esta tesis partimos de la idea de que la cortesía verbal está al servicio de la argumentación y es uno de los recursos de la argumentación y la persuasión. Por tanto vamos a estudiar las manifestaciones de cortesía verbal al expresar diferentes puntos de vista, diferentes actitudes u opiniones y vamos a centrar el análisis en dos aspectos claves: cortesía positiva y cortesía negativa que abarcan varios mecanismos y estrategias correspondientes propuestas por Brown y Levinson (1987).

En la tabla siguiente se retoman los diferentes aspectos y manifestaciones de la cortesía positiva y negativa, que vamos a estudiar en las columnas de *El País* (Carlos Boyero y Maruja Torres) y de *ABC* (Antonio Burgos e Ignacio Camacho).

<b>Cortesía y argumentación</b>			
<b>Cortesía positiva</b>		<b>Cortesía negativa</b>	
Apelar al 'terreno común	Atender a las necesidades del receptor	No coercer al receptor	Minimizar la imposición del acto
	Intensificar el interés por el receptor		Ser deferente
	Destacar la pertinencia al mismo grupo		
Transmitir la cooperación entre los interlocutores	Incluir los interlocutores en la acción	Expresar que el emisor no quiere afectar al receptor	Impersonalizar
	Asumir o declarar reciprocidad		

En [Anexos](#)<sup>123</sup> (p. 196 y ss.) de pueden consultar todas las columnas analizadas.

<sup>123</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

## 2.2. Recapitulación

Recordamos que la argumentación es un fenómeno muy complejo que se puede analizar desde diferentes puntos de vista. En esta tesis nos vamos a centrar en las columnas periodísticas, textos opinativos dentro del discurso periodístico. Supongamos que todos los elementos y las estrategias que constituyen las columnas responden a un propósito argumentativo, es decir, son, procedimientos para legitimar las convicciones y actitudes de los interlocutores con pretensión de validez y reconocimiento intersubjetivo.

Los autores de las columnas periodísticas pretenden opinar y defender su tesis a lo largo de la columna con el fin de persuadir al lector.

El centro de interés de este trabajo es la argumentación como fenómeno lingüístico, es decir, ver cómo el lenguaje configura o determina el desarrollo de todo proceso argumentativo. Por esto se ha optado por hacer un análisis global, que gira en torno a los dos objetivos principales:

- En primer lugar se van a analizar los mecanismos propios de la argumentación teniendo en cuenta sus respectivas dimensiones, operaciones y funciones. En este sentido, por un lado nos vamos a ocupar de analizar los mecanismos que marcan la orientación argumentativa, la coorientación y la antiorientación, y, después, analizaremos los mecanismos que marcan la fuerza argumentativa que es otro aspecto por el que se caracterizan los argumentos y que abarca dos operaciones argumentativas: intensificación y atenuación argumentativa.
- En segundo lugar se van a analizar los mecanismos relacionados con el carácter dialógico de la argumentación y, sobretodo, con el papel del emisor y del receptor en la argumentación. En cuanto a la figura del emisor, el columnista en nuestro caso, vamos a analizar las manifestaciones de la visión personal, las manifestaciones de polifonía en su discurso y el uso de las estructuras impersonales que sirven para la desautorización y despersonalización del discurso. Y relacionado con la figura del receptor, nos ocuparemos de analizar

las fórmulas de tratamiento y los mecanismos que utilizan los columnistas para apelar a los lectores.

- En tercer lugar, nos ocuparemos de estudiar las manifestaciones de cortesía verbal al expresar diferentes puntos de vista, diferentes actitudes, acuerdos o desacuerdos con referencia a lo manifestado. Por tanto, intentaremos establecer relación entre la argumentación y la cortesía.

Para lograr estos objetivos se han escogido un conjunto de columnas firmadas, publicadas en dos periódicos de orientación distinta: *El País* y *ABC*. Los autores de las columnas elegidas de *El País* son Carlos Boyero y Maruja Torres; los de *ABC*, Antonio Burgos y Ignacio Camacho.

Tanto los autores como los medios, *El País* (Carlos Boyero y Maruja Torres) y *ABC* (Antonio Burgos e Ignacio Camacho) se han elegido por su contraste ideológico, supuesto o previamente establecido, para garantizar la diferencia de expresión. Porque el objeto de este trabajo consiste en identificar las distintas formas de expresión de cada postura ideológica de los diferentes medios (*El País* y *ABC*). Dicho de otro modo: ¿Cómo se manifiestan? y ¿Cuáles son los diferentes recursos expresivos de la argumentación y de la cortesía usados por los columnistas de cada medio de una u otra consideración ideológica? ¿Dependen de esas diferencias de ideología de cada autor y de cada medio o dependen más bien del estilo personal de cada columnista? Este es el auténtico objeto de la tesis resumido en una frase.

La muestra está constituida por cuarenta columnas (diez columnas de cada autor) extraídas de la página de opinión de la versión digital de los periódicos españoles *El País*<sup>124</sup> y *ABC*<sup>125</sup> que corresponden al periodo enero 2011 hasta junio 2011. La selección de los textos analizados se ha hecho al azar. Los textos recopilados se pueden consultar en [Anexos](#)<sup>126</sup> (p. 15 y ss.).

---

<sup>124</sup> Disponible en: <http://elpais.com/elpais/opinion.html>.

<sup>125</sup> Disponible en: <http://www.abc.es/opinion/editoriales-columnistas.asp>.

<sup>126</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

La focalización en dos de los periódicos más relevantes de la prensa española actual, *El País* y *ABC*, nos posibilitará sopesar el proceso argumentativo al que recurren los autores de ambos periódicos. Además, nos permitirá comprobar si los autores, realmente, someten sus recursos lingüísticos a la ideología del periódico o, por el contrario, los recursos y mecanismo lingüísticos son sometidos a su propio estilo y posturas ideológicas postuladas.

A continuación, dedicaremos un capítulo para explicar cada aspecto del análisis con más detalles y cada parámetro se apoyará con un par de ejemplos más representativos de los datos teniendo en cuenta que los datos se multiplican y corroboran en los anexos de forma completa.



## **C. ANÁLISIS DE LOS DATOS Y RESULTADOS**





## **1. MECANISMOS LINGÜÍSTICOS Y PRAGMÁTICOS DE LAS ESTRATEGIAS ARGUMENTATIVAS**

Las columnas periodísticas del corpus que hemos seleccionado son tradicionalmente considerados textos argumentativos porque poseen los componentes típicos del esquema argumentativo y también los recursos pragmalingüísticos que son comunes para el proceso argumentativo.

A partir del marco teórico que hemos presentado en el capítulo 4 de la primera parte de la tesis, vamos a analizar, por un lado, los marcadores de la argumentación, es decir, los recursos propios de la argumentación y, por el otro, tanto los mecanismos relacionados con el carácter dialógico e interactivo de la argumentación: la representación de la figura del receptor y del emisor, y las manifestaciones de la cortesía verbal en ese juego dialógico.

En cuanto a los marcadores propios de la argumentación, hemos visto que la relación argumentativa se define a partir de las nociones de orientación argumentativa y fuerza argumentativa. Por eso los consideramos como marcadores propios de la argumentación y primero nos vamos a ocupar de analizar la orientación argumentativa, la coorientación y la antiorientación, y, después, de analizar la fuerza argumentativa que es otro aspecto por el que se caracterizan los argumentos y que abarca los conceptos de intensificación y atenuación argumentativa.

Teniendo en cuenta la orientación argumentativa vamos a ver qué función se cumple con los argumentos coorientados y qué con los antiorientados.

En el segundo capítulo de esta parte vamos a analizar los mecanismos relacionados con la figura del emisor y del receptor. Primero vamos a ver cómo se manifiesta la visión personal de la figura del emisor, los columnistas en nuestro caso, y las manifestaciones de polifonía. Y a continuación, nos ocuparemos de la figura del

receptor y los mecanismos que utilizan los columnistas para hacer referencia a él en sus columnas.

En el tercer capítulo de esta parte nos ocuparemos de estudiar las manifestaciones de cortesía verbal al expresar diferentes puntos de vista y diferentes actitudes y establecer relación entre la argumentación y la cortesía. Aunque la cortesía enfatiza más el aspecto psicológico y sociológico de la comunicación, consideramos que está al servicio de la argumentación y es uno de los mecanismos de la argumentación y persuasión. El fin argumentativo de la cortesía positiva es conseguir algo del otro y de la cortesía negativa puede ser conseguir un objetivo, convencer o provocar alguna reacción en el otro, de forma indirecta o para transmitir una posición de poder por convencimiento, sin forzar ni apremiar.

En los capítulos que siguen vamos a presentar las propiedades principales de estos recursos y sus manifestaciones que hemos identificado en el corpus.

### **1.1. Orientación argumentativa**

Tal como hemos podido ver, la idea fundamental de la *Teoría de la Argumentación en la Lengua* de Anscombe y Ducrot es que la argumentación está en la lengua y que son los propios elementos lingüísticos los que por su significación condicionan la evolución del discurso y los que encaminan la argumentación. Por tanto, la argumentación es inherente a todo significado lingüístico de modo que cualquier enunciado argumenta. También en este punto cabe recordar que la argumentación está presente en la medida en que cada unidad orienta al receptor hacia determinada conclusión (1994: 48-49).

Nuestra concepción de la argumentación [...] es un rasgo constitutivo de numerosos enunciados, el que no se los pueda emplear sin pretender orientar al locutor hacia un tipo de conclusión (por el hecho de que se excluye otro tipo de conclusión) (Anscombe y Ducrot, 1994: 48).

En cuanto a lo que es la orientación, la continuación del discurso, es decir la dinámica discursiva, puede favorecer unas continuaciones del discurso e impedir otras así que se puede decir que la dinámica está orientada desde el punto de vista argumentativo en una dirección determinada. Además, el sentido de un fragmento de discurso reside en su orientación.

Por lo tanto, hay que decir, cuando se describe un enunciado de esta clase, qué orientación lleva en sí mismo –o también, en el sentido restrictivo definido más arriba, a favor de qué puede ser argumento –; lo que no impide que se saquen muchas conclusiones de dicho enunciado; conclusiones que no proceden de su valor argumentativo (Anscombe y Ducrot, 1994: 48-49).

En este sentido los enunciados pueden tener una relación de coorientación y de antiorientación. La primera implica no existe ninguna exclusión semántica y que cada enunciado o parte es válido y necesario para la continuación del discurso. Sin embargo, la antiorientación supone una exclusión o refutación, tanto parcial como total, de la parte que no se considera relevante o válida (o menor medida) para el resto del discurso.

Según Lo Cascio (1998: 95-96) las argumentaciones con argumentos a favor se expresan cuando:

- El hablante cree que el destinatario no acepta automáticamente o *a priori* la opinión expresada y por eso se siente obligado a presentar argumentos a favor de la opinión.
- El hablante cree que el interlocutor aceptará las proposiciones expresadas en las frases [E1...En] con valor de argumento.
- El hablante cree que el interlocutor aceptará el conjunto de afirmaciones contenidas en [E1...En] como justificación de la opinión.

Por su parte, al hablante/escritor debería creer que:

- La opinión expresada es aceptable.
- Las proposiciones expresadas en las afirmaciones [E1, E2...] son aceptables.

- El conjunto de las afirmaciones [E1, E2,...En] constituyen una justificación aceptable de la opinión expresada.

El mismo autor (Lo Cascio, 1998: 96) afirma que en argumentaciones con argumentos contra una tesis, el hablante/escritor cree que:

- La opinión no es aceptable parcial ni totalmente.
- Los argumentos presentados a favor de la opinión son discutibles.
- Los argumentos demuestran la falta de validez de la opinión.

Las argumentaciones a favor y en contra no son exclusivamente dialógicas porque pueden al mismo tiempo formar parte de un solo texto y también pueden provenir del mismo protagonista. En el caso de la argumentación escrita, este será el autor del texto.

En el caso de la argumentación en contra, se requieren estrategias de decodificación, valoración y codificación argumentativa integradas entre sí (Lo Cascio, 1998: 63).

Todo hablante, además de saber argumentar, debe poseer competencias que le permitan comportarse como interlocutor activo, como protagonista que se enfrenta a ciertas tesis y que busca evidenciar la debilidad del razonamiento del antagonista o encontrar argumentos diferentes e independientes para sostener tesis contrarias a las del antagonista. (Lo Cascio, 1998: 63-64)

Con el fin de ver cuáles son las formas y los mecanismos más utilizados que marcan esas relaciones en las columnas que hemos analizado, primero presentamos la siguiente tabla con los resultados cuantitativos y, al final, presentaremos un análisis cualitativo con unos ejemplos. Sin embargo, todas las columnas analizadas están disponibles en [Anexos](#)<sup>127</sup>, p. 41.

---

<sup>127</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

Orientación argumentativa				
Coorientación				
Adición	CB	MT	AB	IC
Conjunción <i>y</i>	102	45	55	33
<i>Ni</i> : <i>y</i> en forma negativa				2
<i>O</i> en función de <i>y</i>	5	2	1	4
También	10	2		2
Tampoco	2	2	1	1
Además		1	2	2
<i>Es más</i>				1
Incluso		2		5
Encima				1
<i>Hasta</i> con sentido <i>incluso</i>			6	1
Sobre todo				1
<b>Total adición</b>	<b>119</b>	<b>54</b>	<b>65</b>	<b>53</b>
Causal				
Por	12	3	3	4
Porque	8	2	7	10
Dada su	1	1		
Conjunción <i>pues</i>			3	
<b>Total causal</b>	<b>21</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>14</b>
Consecuencia				
Y consecuentemente		1		
Conector <i>pues</i>			2	
Por tanto			1	1
Con lo que			1	
Secuencia <i>por</i> +pronombre	1		5	2
Sustantivo "causa" + <i>por</i>			1	
<b>Total consecuencia</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>3</b>
<b>Total</b>	<b>141</b>	<b>61</b>	<b>88</b>	<b>70</b>

Orientación argumentativa				
Antiorientación				
Relación adversativa	CB	MT	AB	IC
Pero	20	7	18	22
<i>Enfrente con sentido pero</i>				1
<i>Y con sentido pero</i>	1			
Sin embargo		2		2
Sino	6	2	1	1
<b>Total adversativa</b>	<b>27</b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>26</b>
Relación concesiva				
Aunque	10	4		5
<i>Por más que con sentido aunque</i>				1
<b>Total concesiva</b>	<b>10</b>	<b>4</b>		<b>6</b>
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>32</b>

Aunque aparecen varios elementos y categorías, los recursos que marcan la orientación argumentativa que más destacan son los marcadores del discurso. Como ya hemos visto, son unidades lingüísticas cuya función principal es aportar instrucciones imprescindibles para que los hablantes puedan interpretar un discurso.

Como punto de partida nos ha servido por un lado, la clasificación elaborada por Portolés y Martín Zorraquino (1999) y, por otro, la distinción propuesta por Anscombe y Ducrot que distinguen entre conectores del discurso y operadores. Recordamos que los primeros vinculan al menos dos segmentos y los operadores se mueven dentro del enunciado y transforman las potencialidades argumentativas de este contenido.

Además, uno de los criterios básicos para la Teoría de la Argumentación en la Lengua en el tratamiento de los marcadores argumentativos es que pueden relacionar elementos que estén coorientados o antiorientados. Por tanto, se puede diferenciar entre los conectores que mantienen la orientación (coorientados o marcadores no contraargumentativos) y los que antiorientan enunciados (antiorientados o marcadores contraargumentativos). Así, *además, incluso, entonces, por tanto, así pues* conservan la orientación; mientras que *pero, no obstante, sin embargo, por el contrario, aunque, antes bien, etc.* introducen el segmento del discurso contrario a la orientación de un miembro

anterior del discurso. También, en esta parte, vamos a ver cuáles son otros recursos utilizados por los columnistas que marcan la orientación argumentativa.

Como ya se puede ver a primera vista, en las columnas analizadas, el proceso de coorientación argumentativa tiene mayor frecuencia de aparición lo que se podría interpretar teniendo en cuenta que el objetivo principal y la intención de los columnistas es llevar a sus lectores hacia la conclusión adoptando los puntos de vista expuestos en la columna. Por eso, los columnistas procuren ofrecer más argumentos que están entre enunciados que ya están estrechamente vinculados y que están orientados en la misma dirección.

Por otro lado, los recursos de antiorientación tienen una frecuencia más baja de aparición lo que se puede explicar por el hecho de que la antiorientación supone la ruptura de la orientación argumentativa de modo que lleva a las conclusiones opuestas aunque en el caso de la relación adversativa presenta un argumento con mayor fuerza argumentativa que llega a ser válido para llegar a cierta conclusión a diferencia de la relación concesiva que no resulta operativa.

A continuación vamos a analizar con más detalles estos dos procedimientos y vamos a ver qué elementos y recursos marcan la orientación y cómo se manifiestan en las columnas analizadas.

### **1.1.1. Coorientación argumentativa**

La coorientación argumentativa implica el mantenimiento de la orientación argumentativa. De acuerdo con la clasificación propuesta por Portolés y Martín Zorraquino, que distinguen dos grupos de conectores no contraargumentativos<sup>128</sup>, conectores aditivos y conectores consecutivos, vamos a abordar este aspecto centrándonos por un lado, en relación de adición de la información y, por otro, en

---

<sup>128</sup> Portolés y Martín Zorraquino (1999: 4093) distinguen tres grupos de conectores en total: conectores aditivos, conectores consecutivos y conectores contraargumentativos.

relación causal que abarca la relación de causa y la de consecuencia. Ambas son relaciones lingüísticas que se establecen entre el argumento y la conclusión de modo que ambos segmentos conservan la misma orientación argumentativa, es decir, aparecen coorientados.

#### 1.1.1.1. Adición de la información

Los marcadores aditivos unen dos elementos de la misma orientación argumentativa y así permiten la inferencia de conclusiones (Portolés y Martín Zorraquino, 1999: 4093). Una escala argumentativa no supone una gradación externa sino la posición que toma el locutor al presentar argumentos que conservan la misma dirección. El concepto de la fuerza argumentativa es un concepto clave para entender la naturaleza de las escalas argumentativas porque un mismo argumento puede tener diferentes grados de fuerza que incluso pueden llevar hacia conclusiones diferentes. Por tanto, los autores que acabamos de citar distinguen dos grupos de los conectores aditivos:

- los que unen dos unidades discursivas que se ordenan en la misma escala argumentativa: *incluso, inclusive, es más*;
- y los que no cumplen esta condición, es decir, los que introducen los elementos que poseen más fuerza argumentativa: *además, encima, aparte y por añadidura*.

Los únicos elementos que aparecen en el corpus analizado son: *incluso, es más, encima y además*. Otros elementos que introducen los argumentos coorientados presente en las columnas analizadas son: el adverbio *también* y la conjunción *y*. A continuación vamos a aclarar la naturaleza que expresan dichos elementos.

##### a. *Incluso*

La explicación de Anscombe y Ducrot de *incluso* está fundamentada en los valores argumentativos.



Así pues, nuestra tesis es que *même* tiene fundamentalmente un valor argumentativo, que su aparición durante una enunciación presenta una proposición *p* ' como un argumento en favor de una conclusión *r*, y un argumento más fuerte que las proposiciones *p* anteriores, para esta conclusión y para el locutor considerado, por supuesto. Desde esta óptica, *même* revela la existencia de una organización argumentativa inscrita en la lengua –primitiva, por tanto–, y en particular no deducible de valores informativos o lógicos. (Anscombe y Ducrot [1983] 1994: 85)

El uso de *incluso* también permite mostrar la escala argumentativa elegida por un emisor y explicita la fuerza que el emisor asigna al miembro sobre el que incide. Por tanto, el significado de *incluso* indica que el segundo miembro es más fuerte que el primero y por eso se sitúa en una posición más alta en una escala argumentativa.

En nuestro corpus tenemos siete ejemplos de *incluso*, como (1) y (2), dos en las columnas de Maruja Torres y cinco en las columnas de Ignacio Camacho.<sup>129</sup>

(1) Observo sin asombro nuestra reducida -mejor dicho, inexistente- capacidad para asombrarnos. Si hace 10 años, **incluso** cinco, hubiera caído bajo nuestras narices un titular sobre la reconversión del régimen cubano a los mandamientos del mercado como el que está apareciendo estos días, parte del personal habría saltado de júbilo pensando que era un regalo de Reyes, y otra parte se habría apresurado a consultar el calendario creyendo hallarse otra vez en pleno Día de los Inocentes. Otra parte habría creído que se trataba de una insidia propagada por la CIA. Maruja Torres, MT2

(2) Consumada desde hace casi un año la caída vertical del zapaterismo, en las encuestas aparece ya con nitidez la aceptación general, **incluso** entre muchos votantes socialistas, de la próxima victoria de Rajoy. Ignacio Camacho, IC2°

También, hemos identificado siete ejemplos como (3) de la preposición *hasta* con sentido de *incluso*, es decir con valor inclusivo.

(3) El estado de ánimo del partido, tal como se percibe en la Convención de Sevilla, es de un optimismo que sólo modera el razonable temor a la responsabilidad de gobernar un país arruinado. Poco que ver con aquel Congreso de Valencia 2008 en el que se podía respirar el recelo y las navajas de la conspiración brillaban debajo de las sillas. **Hasta [Incluso]** Aznar ha pasado por allí cosiendo voluntades y sin romper nada; en política nada hay más balsámico que el poder o su expectativa. Ignacio Camacho, IC6

---

<sup>129</sup> Los ejemplos que vamos a utilizar en esta tesis van a tener como referencia el nombre completo de cada autor y las siglas de su nombre con el número asignado a cada columna. El título, la fuente y la fecha de publicación se pueden ver en la compilación de los anexos de modo que con las siglas del nombre y el número de la columna (por ejemplo MT2) ya queda identificada la procedencia.

Sin embargo, hay que recordar que para Portolés y Martín Zorraquino, *incluso* no es conector cuando aparece sin pausa posterior acompañando al otro elemento al que destacan. En los casos en que aparece sin pausa posterior, *incluso* simplemente destaca el sintagma nominal y no actúa como conector sino como operador. Por tanto, el valor inclusivo de *hasta*, desde el punto de vista semántico, no corresponde a *incluso* como conector desde el punto de vista sintáctico. De este modo podemos decir que *hasta* actúa como modificador realizante en este ejemplo.

En el corpus también existen ejemplos como (4) de *incluso* como operador argumentativo.

(4) Enfrente, el desgastadísimo Gobierno tiene a un partido sólido —el PP mantiene el 84 por 100 de su respaldo y crece en estimación nueva— con un líder que supera ya a Zapatero aunque su valoración global no sea para tirar cohetes. Y se ha extendido la aceptación del relevo con un carácter casi inevitable. La distancia se estrechará al final con toda probabilidad, pero perder 18 puntos de ventaja en quince meses sería un desastre político superior incluso al brusco descenso del británico Cameron. Improbable hasta para un líder tan gélido como el del PP. Ignacio Camacho, IC 2

#### b. *Es más*

*Es más* es un marcador aditivo que igual que *incluso* introduce un miembro discursivo como un argumento con más fuerza que el anterior en una misma escala argumentativa. En nuestro corpus presenta un índice muy bajo de ocurrencia con solo una aparición, la de (5).

(5) Hasta ahora, Zapatero ha venido sosteniendo que el escaso entusiasmo que despierta Rajoy constituía su mejor activo incluso en los peores momentos de popularidad, pero esa coartada también se ha acabado. Es más: se ha invertido. A día de hoy, el jefe del Gobierno representa la mejor baza para su rival, el factor principal de la enorme brecha que separa al Partido Popular del PSOE y le conduce hacia una mayoría absoluta. Ignacio Camacho, IC2

c. *Además*

*Además* es un conector aditivo que une dos miembros del discurso con la misma orientación argumentativa de modo que el segundo facilita las inferencias que no se lograrían únicamente del primero.

En las columnas analizadas hemos encontrado cinco casos de *además*. De acuerdo con la distinción propuesta por Ancomb y Ducrot entre conectores y operadores hecha a base de su incidencia sintáctica, vamos a ver ejemplos en los que *además* cumple la función de un conector y otros en los que actúa como operador.

Como ya hemos visto, la clave para distinguir a un operador de un conector se basa en el ámbito de incidencia. Los conectores vinculan enunciados mientras que los operadores se encuentran por debajo del nivel de enunciado y, por consiguiente, afectan el potencial argumentativo de un único enunciado.<sup>130</sup>

De este modo en el siguiente ejemplo de (6) podemos ver que *además* une dos enunciados y le asigna a cada uno un papel argumentativo y, por tanto, cumple el papel de conector argumentativo.

(6) Me comprenderán si les digo que retrasé todo lo que pude la contemplación del último estreno off-Broadway de la banda terrorista. Me fatiga su coreografía y el vestuario me parece penoso. La partitura, cansina. Por no hablar del lirismo: carecen. Añado que ni siquiera ensayan. Se les nota la falta de interés, pero más que nada se ve claramente que manejan conceptos -"normalización democrática", por ejemplo- robados a libretistas más dotados. Declaman mal, sin conocimiento profundo y sin convicción.

Además, al llegar al tiempo 0:43, el corista situado a mi derecha pierde la compostura y cambia los guantes de postura. Maruja Torres, MT3

Sin embargo, en el ejemplo (7) de la columna [AB8] de Antonio Burgos podemos ver que *además* actúa como operador argumentativo dado que se sitúa en el

---

<sup>130</sup> El marco teórico de la *Teoría de la Argumentación en la Lengua* bajo el término enunciado se entiende la actualización discursiva de una entidad abstracta denominada frase. Teniendo en cuenta que la significación de una frase está compuesta por haces de topoi, entonces la misma frase puede dar lugar a diferentes enunciados que dependen del conjunto de topoi que se actualizan en un proceso de enunciación.

interior de una frase verbal y modifica el potencial argumentativo de uno de los complementos subordinados al núcleo sintáctico.

(7) En esta España de la titulitis, donde la Universidad es una fábrica de parados, pero, eso sí, con muchas diplomaturas, licenciaturas, doctorados y másteres, han debido de poner una Facultad de Ciencias del Progreso y yo no me he enterado. No veas la cantidad de progresistas que van por ahí presumiendo de serlo y viviendo de ello. Y perdonando la vida y llamando facha a todo el que no tiene la inmensa dicha de pertenecer a ese cuerpo de privilegiados que en nuestra nación detentan (que no ostentan) el poder, el prestigio, la razón y además el dinero, de trincar la tela arrimándose al perol. Antonio Burgos, AB8

#### d. *Encima*

Igual que *además*, *encima* es un marcador aditivo que vincula dos elementos del discurso con la misma orientación argumentativa. También coincide con *además* en el sentido que vincula un complemento que aumenta la fuerza argumentativa del primer miembro.

Sin embargo, *encima* presenta el miembro del discurso al que precede como un argumento suficiente para llegar a una conclusión determinada.

Y otro aspecto en que se diferencia de *además* es que el miembro que introduce puede llevar a una conclusión opuesta a la esperada del primer miembro tal como podemos ver en el (8), el único ejemplo de *encima* que tenemos en nuestro corpus.

(8) Conozco a un tipo que es colega de uno que tiene un primo cuyo cuñado no cree que las elecciones las vaya a ganar el PP. Y parece que encima el escéptico es de derechas, porque la mayoría de la izquierda ya se ha resignado. En total no llegan a un treinta por ciento los ciudadanos que aún piensan que el próximo presidente del Gobierno puede ser alguien distinto a Mariano Rajoy Brey. Ignacio Camacho, IC6

### e. Conjunción /y/

Aunque las conjunciones funcionan a nivel oracional, también pueden trasladar su incidencia a nivel discursivo. En este sentido, según Fuentes Rodríguez (1996) los aditivos tienen la misma función a nivel textual que las conjunciones a nivel oracional.

Según el uso general, la conjunción /y/ une generalmente argumentos.<sup>131</sup> Es un conector de enunciados coorientados y, por tanto, vincula "enunciados que sirven de argumento a una conclusión hacia la que se coorientan" (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 59). Sin embargo, existen casos en los que este conector cumple la función de unir un argumento con una conclusión.

En nuestro corpus, el conector *y* cumple varias funciones y es un recurso que presenta un índice de frecuencia más alto con respecto a la orientación argumentativa y la relación aditiva, en concreto. En total son 235 apariciones siendo Carlos Boyero el columnista que más utiliza este recurso.

- Una de las funciones básicas de la conjunción /y/ es añadir informaciones para que se puedan establecer relaciones lo que facilita la narración, como se puede apreciar en (9).

(9) Queridos Niños, queridos Padres, queridos Tíos, queridos Abuelos: os extrañará que os pongamos esta carta, justo en contra flecha de la costumbre, pues todas son misivas dirigidas a los Reyes Magos, y ninguna de nosotros a quienes creéis en la suprema magia de nuestro Reino de Oriente. No os extrañe, pues, que os pongamos esta carta. No queremos quedar con vosotros tan mal como los Corintios o los Tesalonicenses con San Pablo, que se hartó el hombre de ponerles epístolas y venga epístolas, **y** no tuvieron los muy maleducados ni la delicadeza de ponerle cuatro letras acusándole recibo. Por medio de la presente acusamos recibo de todas las cartas con vuestras peticiones, **y** cumplimos, por nuestra parte, con la rúbrica de costumbre en ellas. Esto es, que sabemos que todos los niños habéis sido buenos y que los padres, los tíos y los abuelos habéis aguantado todas las prohibiciones que os han puesto, desde no fumar a no usar bolsas de plástico en el hiper, **y** habéis sobrellevado como habéis podido tanto la crisis como ese Gobierno de España que se anuncia por la tele más que los juguetes. Antonio Burgos, AB2

---

<sup>131</sup> En este caso, para facilitar la referencia y la lectura encerramos entre barras el conector /y/ para distinguirlo con claridad.

- La conjunción /y/ también sirve para focalizar un elemento sobre el resto de enunciado. En este caso se introduce al final de la secuencia después de la serie de eventos descritos. Este último elemento suele ser una conclusión /y/ los eventos descritos argumentos presentados.

(10) Ahora bien. Como diría el clásico, merece la pena verlo por los anuncios. Lo puse una vez y otra solo por complacerme con las imágenes de gente corriente que aparecen antes. Esas chicas que juegan con los bolsos en las rebajas de El Corte Inglés. Sobre todo, esas personas que, en momentos importantes de su vida -su boda, un examen, una zambullida en la piscina- sienten sus vías respiratorias libres gracias a que se despejan los conductos nasales con un inhalador con oximetazolina. ¡Respira!, se nos repite, estimulándonos. **Y**, en efecto, podemos comprobarlo: no dejamos de respirar. El mundo no se ha detenido. Maruja Torres, MT3

- Suele aparecer en concurrencia con otros elementos como *sobre todo*, *encima*, *hasta* o *aún*, en ejemplos como (11) de MT5 y (12) de IC5, y así también sirve para focalizar y resaltar un elemento sobre el resto del enunciado.

(11). No quiero, por ejemplo, a aquellos que, en los bancos, han decidido aprovecharse de discutibles leyes para quedarse con los pisos de quienes no pueden pagar su hipoteca, **y que, encima**, les siguen cobrando los plazos de la misma, con la excusa de que las viviendas ya no tienen el valor que los bancos adjudicaron, al tasarlas para conceder la hipoteca. Maruja Torres, MT5

(12). La mitad de los españoles creen que el paro va a empeorar, **y aún** son en conjunto más optimistas que, por ejemplo, los andaluces, entre los que tres de cada cuatro temen que darse sin empleo antes del verano. Ignacio Camacho, IC1

- Se producen casos de polisíndeton, es decir, la reunión de varias conjunciones /y/. Este recurso, además de otorgar cohesión al enunciado sirve como recurso de énfasis que aumenta la fuerza argumentativa.

(13) También hay desconcierto entre los sociatas franceses por el veneno que se lanzan la exmujer y la novia actual del gallo suave Hollande. Las cuitas sentimentales entre la que pudo ser primera dama y la que lo consiguió, marcando la política. Qué bonito. **Y** la angelical nieta de Le Pen y sobrina de Marine pescando votos en aguas revueltas. Como los nazis griegos. **Y** los partidos tradicionales que consintieron y alentaron el desastre, avisándonos de que los extremistas son el verdadero monstruo. **Y** la gente normal, que somos bastantes, sintiéndonos tan asqueados como impotentes. Carlos Boyero, CB3

- Puede destacar la participación del *yo* de columnista o la inclusión del receptor como en el caso del uso de *nosotros*. En ambos casos se produce un cambio de enunciativo como en los ejemplos de (14) y (15).

(14) **Y juro** que existimos los otros, aunque no seamos muchos, toda esa gente que no nos merecemos la ancestral, actual y triunfante mierda. Carlos Boyero, CB1

(15) **Y nosotros** continuaremos impávidos, como esas palmeras de plástico que Mubarak hizo poner en El Cairo para camuflar las antenas de los celulares luego enmudecidos. Inmóviles, sin que ningún viento nos sacuda. Aborrecibles. Maruja Torres, MT6

- También puede introducir un nuevo tópico, como un subtema con respecto al tema principal y relacionado con lo expresado en el segmento anterior como en los ejemplos de (16) y (17).

(16) Si España ganara a Alemania en la hipotética final, es probable que la mezquindad política vendiera esto como un triunfo de nuestra subyugada nación sobre la estranguladora Merkel. **Y** Rajoy, ese señor tan enfermizamente mentiroso intentaría capitalizarlo. Sería bonito que ganara España. Y mucho más si al celebrar la victoria, la gente abroncara a cualquier político que pretendiera colarse en esa foto gloriosa. Carlos Boyero, CB2

(17) ¡Pobres farmacéuticos, la que les ha caído encima, como vaya a consultarles todo aquel que se automedica en la contradictoria barra libre de botica de esta España de las prohibiciones!

¿**Y los médicos**, no tienen nada que decir contra esta publicidad que se los salta a la torera? ¿Por qué hay que consultar al farmacéutico y no al médico? ¿Cómo la Organización Médica Colegial calla ante el bombardeo absurdo que invita a la peligrosísima automedicación o, lo que es más grave, puede provocar que quien tenga una enfermedad mala, mala, mala, se disfrace los síntomas con cuatro pastillitas y dos jarabes, y que cuando el mal dé la cara de verdad ya no haya remedio? Antonio Burgos, AB4

#### f. El adverbio *también*

*También* es una forma adverbial fijada que no posee contenido léxico, sino gramatical, es decir "no representa de manera inmediata la realidad extralingüística, sino que contribuye a ella al combinarse con otras palabras o expresiones lingüísticas en general" (Cuartero Sánchez, 2002: 208).

Según el Diccionario de la RAE (versión digital: s.v. *también*), el adverbio *también* se usa para "indicar la igualdad, la semejanza, conformidad o relación de una cosa con otra ya nombrada". Sin embargo, esta definición no especifica suficientemente todos los valores que se pueden atribuir a este signo. Por tanto, tomamos como referencia la distinción que hace Cuartero Sánchez entre diversos valores significativos

y quien distingue: un valor aditivo, un valor afirmativo y un valor como elemento indicador de igualdad o semejanza (2002: 208).

En nuestro corpus hay 14 apariciones de *también* y 6 de *tampoco* (para negar algo después de una negación anterior). Además de los valores que acabamos de indicar, hemos identificado unos más que se explican por estos. A continuación vamos a revisar qué valores significativos posee *también* en las apariciones en el corpus.

- En el sentido general de valor aditivo indica que un cierto contenido que se expresa con *también* se añade a otro contenido que aparece en el discurso precedente como en (18).

(18) Sin embargo, aquí estamos, dispuestos a asistir a la brutal transformación de la economía subvencionista cubana en capitalismo competitivo, todo ello sin que mejoren las libertades, y a golpe de decreto. Si a Zapatero las bases se le rebelan por no haber cumplido aquella promesa de que el poder no le iba a cambiar, imaginen cómo debe de sentirse el funcionariado cubano, respetable segmento de la población -en el sentido de número **también**: con 1.300.000 personas angustiadas y sus familias se pueden hacer muchas cosas- que ahora, sin que existan los fundamentos previos, va a tener que ponerse a trabajar en la iniciativa privada. Maruja Torres, MT2

- También sirve para sumar el último elemento de una serie correlativa de modo que las oraciones precedentes con las que se relaciona son miembros de una serie aditiva y es el último miembro que normalmente aparece marcado por *también* como en (19).

(19) Las asociaciones mentales pueden ser caprichosas y obsesivas. Cuando veo en el teléfono que me está llamando el asesor fiscal siento escalofríos. Es una persona muy cálida, pero en el mes de junio, recordándome mis sagradas obligaciones con la magnánima y justa Hacienda, ejerce invariablemente como el mensajero del miedo. Cuando me comunica mi ajuste de cuentas con esa institución que somos todos, mi boca empieza a farfullar con síntomas de padecer posesión diabólica: “Dívar, Dívar, Dívar”. Y cuando salde mi deuda la próxima semana, estoy seguro de que, como el volcánico Javier Bardem de *Los lunes al sol*, voy a tener irresistibles y enfermizas ganas de cargarme a pedradas una farola, algo infantil, inútil y reprobable. ¿Qué culpa tendrá la pobre farola de mi frustración? Mejor instalo un mural en mi casa con las fotografías de los poderosos y legalizados delincuentes, incluidos múltiples timoneles de la patria y de la cosa pública, me proveo de una razonable colección de dardos, les hago vudú. Cualquier actividad delirante con tal de aplacar la mala hostia.

Solo se me ocurre encender la tele para distraerme con los informativos. Hay que ser tonto. Todo lo que ves y escuchas invita a la depresión. Ante el golpe de Estado en Egipto de los pistoleros uniformados, aparece gente tan normal como desconsolada que hizo la revolución asegurando que no van a votar en unas elecciones amañadas. Las opciones son el antiguo y



maquillado poder o los Hermanos Musulmanes. Están ahogando aquel fantasma que recorrió el norte de África, traicionando la inaplazable y hermosa rebelión en la granja.

**También** hay desconcierto entre los sociatas franceses por el veneno que se lanzan la exmujer y la novia actual del gallo suave Hollande. Las cuitas sentimentales entre la que pudo ser primera dama y la que lo consiguió, marcando la política. Qué bonito. Y la angelical nieta de Le Pen y sobrina de Marine pescando votos en aguas revueltas. Como los nazis griegos. Y los partidos tradicionales que consintieron **y alentaron el desastre, avisándonos de que los extremistas son el verdadero monstruo. Y la gente normal, que somos bastantes, sintiéndonos tan asqueados como impotentes.** Carlos Boyero, CB3

- El valor aditivo de *también* se puede reforzar en la concurrencia del adverbio *también* con la conjunción /y/, ya que ambos aportan el mismo valor. Estas dos formas muchas veces pueden aparecer juntas. Sin embargo, en el corpus la concurrencia de estos dos elementos es de forma separada. En este ejemplo (20) se introduce una nueva información que sigue la línea anterior y de ese modo se unen argumentos orientados que llevan a la misma conclusión.

(20) Tal vez no fuera un mago como jugador, pero sí un representante cualificado de la inteligencia. Su forma de mover el balón tenía la virtud del metrónomo. **También** poseía alma. **Y** orgullo. **Y** por supuesto, siempre practicó la etiqueta. Carlos Boyero, CB10

- En el corpus hay solo una aparición, como la de (21) de *también* con valor afirmativo, es decir, como un elemento que indica afirmación.

(21) En cuanto a las autonomías, queda fuera de duda que la situación no admite por más tiempo el tren de despilfarro clientelar en el que viven instaladas desde hace al menos una década y media. En este caso se trata de responsabilidades compartidas por todas las fuerzas políticas que las han gobernado, por lo que corresponde a todas el deber de embridar ese desbocado impulso de gasto. No se trata tanto de un problema del reparto de competencias— que **también**, pero en todo caso es menos prioritario— como de la necesidad de racionalizar los recursos que las administraciones regionales manejan a cañonazos de pólvora del rey. Si no se logra ese ajuste puede sobrevenir una quiebra que arrastre hasta el desplome al régimen autonómico. Ignacio Camacho, IC4

### 1.1.1.2. Relación causal

Relación causal se establece entre el argumento y la conclusión a través de los conectores correspondientes de una manera para que los dos elementos aparezcan coorientados. La causalidad es relevante para la argumentación porque permite

"exponer y probar cómo desde una premisa o argumento concretos se llega a la conclusión a la que interesa llevar al receptor" (Montolío Durán, 2001: 101).

La causalidad supone la existencia de tres componentes: la causa, el efecto y los supuestos (Gutiérrez Ordóñez, 2000). Esta relación se puede manifestar con diferentes estructuras lingüísticas dado que "el campo semántico de la causalidad abarca cinco relaciones diferentes (causales propiamente dichas, condicionales, concesivas, finales y consecutivas que se organizan según la particular concepción que en cada una de ellas se establezca entre la causa y efecto" (Galán Rodríguez, 2005: 1). De estas cinco relaciones las que se presentan en coorientación son las causales y las consecutivas.

La causa en las causales propiamente dichas puede corresponder a una explicación con respecto al segmento anterior. De este modo sirve para la continuación del discurso que refuerza lo anteriormente dicho y así cumple una función argumentativa. El marcador típico es la conjunción *porque*.

(22) Clark Gable y sus perdedores amigos atrapaban y domaban caballos salvajes en *Vidas rebeldes*. Y Gable lo hacía por última vez, aunque su corazón amenazara con estallarle, aunque Marilyn Monroe gritara en medio del desierto acusándole de hacer negocio encarcelando a esas criaturas libres y salvajes, **porque** estaba en juego su profesionalidad, lo que había otorgado un poco de sentido a su maltrecha vida. Y después de haberla sometido, dejaba marchar a su presa. Carlos Boyero, CB9

Aunque es más frecuente como marca de una relación consecutiva (Martínez, 2004 [1997]: 54), la conjunción *pues* aparece tres veces en el corpus, pero solo en una oportunidad introduce consecuencia como en el ejemplo siguiente (23).

(23) Mas por mucho que nos hayan costado, lo de pinganillo me sigue sonando fatal. Por algo la voz no está en el DRAE con este significado, sólo con el leonés de carámbano. Pinganillo, en otra acepción, es pequeño monte, de ahí el topónimo Loma del Pinganillo, en Tarifa, prima hermana de la sangrientamente famosa Loma del Pingarrón en la Batalla del Jarama. Y en otra acepción, pinganillo es «lo que cuelga», lo que pinga, **pues** el verbo pingar viene directamente del «pendere» latino, a través de «pendicare». O sea, que pinganillo es voz completamente flácida y pendulona, salvo cuando se erige en la plenitud de su gloria. Antonio Burgos, AB7

En el siguiente ejemplo, (24), se puede ver que la forma *pues* tiene una doble función; en la primera aparición la conjunción *pues* marca la causalidad, mientras que en la segunda aparición es un conector que marca la relación consecutiva. Precisamente

por el valor consecutivo que posee, introduce la conclusión que se induce a partir de un proceso de razonamiento y va seguido de la pausa debido a su relevancia.

(24) Queridos Niños, queridos Padres, queridos Tíos, queridos Abuelos: os extrañará que os pongamos esta carta, justo en contra flecha de la costumbre, **pues** todas son misivas dirigidas a los Reyes Magos, y ninguna de nosotros a quienes creéis en la suprema magia de nuestro Reino de Oriente. No os extrañe, **pues**, que os pongamos esta carta. Antonio Burgos, AB2

En ejemplo (25) es el otro ejemplo de *pues* como conector consecutivo que introduce la conclusión:

(25) Si yo entendiera de cine, que no sé una papa, hablaría ahora de la inmensa capacidad de dirección de Tom Hooper, de su maestría para reconstruir las mentalidades y el ambiente de la Gran Bretaña de preguerra. O hablaría del papelazo de los actores Colin Firth como Jorge VI y Geoffrey Rush como el logopeda australiano Lionel Logue que logró que el Rey leyera sin tartamudear su discurso a la nación que le había declarado la guerra a Hitler. Pero como no soy un entendido en cine, sino un tartaja que tiene el habla abelmontada (como el «de, de, degenerando» de la anécdota del banderillero que llegó a gobernador), **pues** a esto es a lo que voy, a la delicadeza y dramatismo con que «El discurso del Rey» trata el principal tema de su argumento, que fue el principal problema de Jorge VI, sin que lo supiéramos: la tartamudez. Antonio Burgos, AB9

La relación consecutiva implica un esquema causa-consecuencia de modo que los enunciados que poseen esta relación son la consecuencia derivada del enunciado anterior. En nuestro corpus esta relación está marcada con diversas estructuras. De los recursos destacan los conectores consecutivos *por tanto*, *consecuentemente*, *con lo que* y las secuencias *por*+pronombre, *por*+demostrativo adjetivo+sustantivo de "causa".

#### a. Conector *por tanto*

El conector *por tanto* "introduce el miembro del discurso en el que se halla como un consecuente que se obtiene después de un razonamiento a partir de otro miembro que actúa como antecedente" (Martín Zorraquino y Portolés, 1999: 4100). En nuestro corpus hay dos ejemplos del conector *por tanto*, como el (26) y (27).

(26) Decid, niños, a vuestros papás, a vuestros titos, a vuestros abuelos, que hagan, **por tanto**, provisión abundante de pilas para los juguetes que os traeremos esta noche. Antonio Burgos, AB2

(27) El espectáculo de pleitesía a las directrices germanas es tan lastimoso como inevitable. Desde mayo pasado España es de hecho una economía intervenida por un directorio. Es Alemania la que dirige, junto a Francia, el concierto europeo con la batuta que le proporciona una férrea política anticrisis capaz de levantar en un año siete puntos de crecimiento (de menos cuatro a más tres). Es Alemaniata que sostiene la deuda que nos permite apuntalar la ruina del Estado. Y es Alemania, **por tanto**, la que impone condiciones de ajuste bajo la amenaza de bajar el pulgar y dictar un calamitoso rescate. Ignacio Camacho, IC9

#### b. Conector *consecuentemente*

Igual que el conector *por tanto*, el conector *consecuentemente* introduce una consecuencia obtenida a partir de un razonamiento. Sin embargo, a diferencia del otro, *consequently* introduce una conclusión a partir de un antecedente y los razonamientos que vincula son más de causa-efecto (Martín Zorraquino y Portolés, 1999: 4102).

En el ejemplo siguiente, (28), el único en el corpus, se ve claramente como el conector *consecuentemente* introduce la conclusión después de una secuencia de argumentos "[...] puso su país a disposición de Estados Unidos, yuguló la democracia y encarceló a Mosaddeq, reprimió a sus súbditos [...]".

(28) Al sah de Irán, Reza Pahlevi, quien -con ayuda de la CIA- puso su país a disposición de Estados Unidos, yuguló la democracia y encarceló a Mosaddeq, reprimió a sus súbditos y, **consecuentemente**, propició el advenimiento de Jomeini más que la propia revolución islámica, se le venera hoy en su sepulcro, en una céntrica mezquita de El Cairo, ciudad en la que terminó sus días y desde donde su viuda sigue quejándose para el ¡*Hola!* Idi Amin, la bestia ugandesa, murió tranquilamente, también en Yeda. Maruja Torres, MT4

#### c. Secuencia *con lo que*

(29) Y que como es la fiesta de la Epifanía del Señor, están todas las tiendas cerradas, y no hay forma de encontrar pilas, **con lo que** vuestros guerreros se que darán sin batallas, vuestras muñecas sin llantos y vuestros coches sin chicanes. Antonio Burgos, AB2

#### d. Secuencia *por* + pronombre

La secuencia *por*+pronombre tiene una frecuencia de 8 apariciones en el corpus en las que remite a causa o la constatación de un hecho que justifica lo que sigue a continuación. Así se convierte en una estrategia de exposición de información previa a la explicación que corresponde a la conclusión. De este modo, el demostrativo *eso* o el pronombre *lo* recogen anafóricamente toda la secuencia dialógica previa a la conclusión como en los ejemplos (30) y (31).

(30) Pero si con un balón en sus pies este hombre fue muy bueno, dirigiendo al equipo de su alma ha sido genial. Siguió practicando en su comportamiento la racionalidad, la elegancia, el respeto a sí mismo y a los demás (incluidos los que no se lo merecen), pero lo que hizo entrenando al Barcelona era puro arte, pura magia. Excepto para los espíritus cerriles o corroídos **por eso** tan devastador de la envidia, la agradecida memoria de cualquier persona que ame el fútbol recordará dentro de infinitos años y transmitirá a las generaciones que no contemplaron ese cotidiano milagro, que el fútbol fue precioso durante cuatro años.

(31) En cuanto a las autonomías, queda fuera de duda que la situación no admite por más tiempo el tren de despilfarro clientelar en el que viven instaladas desde hace al menos una década y media. En este caso se trata de responsabilidades compartidas por todas las fuerzas políticas que las han gobernado, **por lo que** corresponde a todas el deber de embridar ese desbocado impulso de gasto. Ignacio Camacho, IC4

Hay dos casos en el corpus que aparecen con la conjunción /y/ que permite enfatizar la causa como en el ejemplo (32).

(32) Pero el desplome del zapaterismo, causa verdadera del vuelco que se ha instalado en la sociedad española, se puede aminorar si Zapatero decide irse por sí solo y la izquierda se moviliza para evitar la mayoría absoluta del adversario. En este momento ése el único objetivo del PSOE y de los nacionalistas: impedir que Rajoy disponga de un margen holgado de maniobra. El interesado lo sabe y **por eso** prepara una oferta de pacto transversal que probablemente se refleje hoy en el discurso de clausura de la reunión sevillana. Ignacio Camacho, IC6

#### e. Secuencia sustantivo de "razón" + *por*

Esta secuencia recoge la justificación previa y sirve como introducción a la secuencia que indica la situación final que lleva a la conclusión. El corpus cuenta con una sola aparición, la del (33).

(33) Como en Estados Unidos te enseñan la cama donde durmió Washington, que tiene que haber en toda la Unión algo así como siete mil millones de camas donde durmió Washington, qué tío más viajero y qué tío más dormilón... Como esas históricas piltras washingtonianas, en muchas casas andaluzas te muestran la cama donde durmió el Beato Padre Tarín cuando el predicador jesuita iba de misiones por los pueblos. Todos hemos conocido a una anciana monja de las Hermanas de la Cruz que trató a Sor Ángela de la Cruz, que ya es Santa Ángela de la Cruz, y que contaba anécdotas de la fundadora. En esta sociedad cada vez más laica, cuyo Evangelio es la Wikipedia, haber visto a un santo sigue teniendo al menos el interés del fetichismo y de la mitomanía. Hombre, no es que los santos firmen balones como Messi, pero haber conocido en persona a un santo es para algunos algo tan prodigioso como los testimonios de sus virtudes heroicas.

**Razón por la que** estoy encantado con la beatificación del Papa Juan Pablo II. Ya me siento igual que la monja que trató a Sor Ángela, como el hidalgo de pueblo que tiene la cama donde durmió el Padre Tarín. Antonio Burgos, AB5

### **1.1.2. Antiorientación argumentativa**

Antiorientación argumentativa implica una relación en la que una de las partes suprime o atenúa las conclusiones a las que se puede llegar, es decir, supone la ruptura de la orientación argumentativa de modo que lleva a las conclusiones opuestas. Por tanto, elemento introducido posee también mayor fuerza argumentativa.

Tradicionalmente se ha considerado la adversación como una relación de oposición ya que conecta segmentos antiorientados, tanto dos conclusiones diferentes como argumentos que llevan a conclusiones distintas. (Fuentes Rodríguez, 1998b, 10-11). Por tanto, el concepto de contraargumentación abarca la relación adversativa y también la concesiva. Aunque suelen mezclarse, existe una diferencia importante. La relación concesiva no resulta operativa aunque tiene una inferencia opuesta con respecto a lo que presenta la otra parte. Sin embargo, la relación adversativa presenta un argumento con mayor fuerza argumentativa que el anterior que, por tanto, llega a ser válido para llegar a cierta conclusión.

Con el análisis de los argumentos antiorientados nos hemos encontrado frente a varios ejemplos que se adecuan perfectamente a la línea de estudio de esta tesis doctoral. A continuación vamos a presentar los casos que más nos interesan y que mejor se adecuan a los objetivos de esta tesis.

### 1.1.2.1. Relación adversativa

Recordamos que la relación adversativa distingue dos tipos de relaciones: la restrictiva, en la que se oponen dos miembros de modo que el segundo miembro supone una objeción del primero, y la exclusiva, en la que se niega el primer elemento para afirmar el segundo. Sin embargo, la relación exclusiva no implica necesariamente ni oposición, ni relación argumentativa, solo se establece la oposición entre la negación y la afirmación.

*Sino* exige siempre una negación previa y supone rechazar (de ahí lo de exclusiva) el primer elemento para acertar el segundo: "No afirmo A (y lo excluyo) y por el contrario afirmo B". *Pero* implica una contraposición, pero no un rechazo: "Afirmo A y también afirmo B como opuestos o antiorientados (Fuentes Rodríguez, 1997: 120).

Por tanto, las restrictivas y las exclusivas cumplen diferentes funciones discursivas: las primeras se usan como mecanismo de la operación de la argumentación mientras que las segundas suponen un mecanismo de reformulación correctiva (Fuentes Rodríguez, 1998b: 16). Dado que las restrictivas tienen una mayor frecuencia de aparición y se adecuan mejor a nuestros objetivos, hemos centrado nuestro análisis en ese tipo de estructuras.

En nuestro corpus la relación adversativa se manifiesta con varios recursos de los que la conjunción *pero* es la que representa un índice mayor de frecuencia. También hemos identificado el uso de conector contraargumentativo *sin embargo*, pero con un índice de frecuencia significativamente menor, en 4 ocasiones, el conector *y* y el marcador *aunque*, ambos en una sola ocasión.

#### a. Conjunción *pero*

El valor de *pero* se explica en la bibliografía desde dos puntos de vista. Por un lado, *pero* es el elemento más genérico que marca la relación adversativa y que puede unir unidades oracionales, sintagmas o palabras, párrafos, pero es más frecuente enlazando oraciones; y por otro lado, es elemento que tienen un función argumentativa

marcando antiorintación argumentativa (Fuentes Rodríguez, 1997: 6; 1998a: 123; 1998b: 32-33). Como todo marcador contraargumentativo presenta como elementos antioorientados dos o más conjuntos de *topoi* y así otorga mayor fuerza argumentativa al elemento que introduce lo que implica que puede determinar la dinámica discursiva. En nuestro corpus aparece 67 veces tanto a nivel oracional como a nivel textual.

- En el sentido general de oposición indica que no se cumplirá lo que se espera por lo expresado en la primera parte de modo que introduce una nueva información que produce un movimiento contraargumentativo.

(34) La mayoría de nuestra juventud contempla el debate de la reforma de pensiones con una lejanía indiferente; su prioridad es la inserción en un mercado laboral que los rechaza y la jubilación se les antoja una utopía casi ucrónica. La inquietud de la población adulta consiste en cómo mantener el empleo hasta una jubilación cada vez más distante, que para muchos mayores de 52 supone tan sólo la prolongación del paro. Con las condiciones actuales ya es heroico alcanzar en activo y sin interrupciones graves la edad de retiro; con las nuevas sólo llegarán a ella los funcionarios que hayan empezado a trabajar muy pronto. Para el resto se trata de una carrera de obstáculos en la que siempre se tropieza con alguna valla; una carrera en todo caso cada vez más corta, con un comienzo tardío, un final acaso prematuro y en medio la amenazante traba del despido y de la inestabilidad. De ese marco estancado de pesimismo social sólo puede salirse mediante una reactivación significativa y constante del empleo de la que no aparecen síntomas ni a medio plazo. Para evitar el colapso se necesitan entre tres y cinco millones más de nuevos cotizantes, **pero** la economía está en estado de coma y amenaza con un largo estancamiento. Con un horizonte tan lejano, la pregunta que cabe hacerse es si la reforma de la jubilación puede tener sentido en un tejido laboral destrozado o si una medida así, en ausencia de recuperación, sólo sirve para transferir el problema de las pensiones al desempleo. Ignacio Camacho, IC8

(35) Nadie duda de que esta señora es altamente generosa con sus asesores, columnistas y tertulianos en jugosa nómina, o con esa cochambrosa Telemadrid dedicada exclusivamente a hacerle sonrojantes odas a su dueña y a tirarle de las orejas a sus insignificantes enemigos. **Pero** tanto derroche debería estar mínimamente justificado. Los sagaces cerebros de los mamporreros aguirristas deberían aconsejarle a la que les procura el sustento que pusiera freno a su libertaria espontaneidad. Puede ocurrir en estos tiempos sombríos en los que millones de personas deprimidas pasan sus lunes al sol, que alguno de ellos, con poco o nada que perder, con el subsidio de desempleo en agonía o ya fallecido hace torturante tiempo, se lance a la yugular de alguien que tiene la ofensiva y humillante desvergüenza de afirmar: “Ya no sé ni cuanto cobro”. Una grosera reiteración de aquella autodefinición tan graciosa que vomitó hace un par de años: “Soy pobre de pedir”. Carlos Boyero, CB4

- También en el sentido general de oposición focaliza el miembro que introduce dado que aporta informaciones que son válidas para la continuación de discurso en una dirección contraria.



(36) Era fundamental que Egipto resultara un ejemplo. El pueblo lo deseaba y se sentía orgulloso, tras la estela de Túnez pero en grandioso. No podían comunicarse entre sí, el sátrapa ordenó aislarles de Internet, del teléfono móvil. **Pero** ellos se veían, se sentían, se sabían. Han presenciado demasiadas veces esta épica, protagonizada por otros, para ignorar que hacían historia. Maruja Torres, MT6

(37) Mientras tanto, esas Fuerzas Armadas convertidas por ZP en la ONG titulada «Despilfarradores sin Fronteras» siguen costándonos más de un millón de euros al día con su absurda presencia en Afganistán. Yo no sé qué pintamos en Afganistán. **Pero** sí sé lo que pinta la bandera de España ondeando gloriosamente en la popa del «Juan Sebastián Elcano» por los mares de América o por las Filipinas donde mataron a Magallanes y ahora resucita la lengua castellana. Antonio Burgos, AB3

- También existen estructuras con *pero* en las que se vinculan segmentos en los que no hay propiamente oposición, sino que se para resaltar algo. De este modo lo que se hace es explicar, aclarar el sentido de la argumentación, rechazar una posible inferencia para decir el sentido correcto que lo cumple *sino*.

(38) Si yo entendiera de cine, que no sé una papa, hablaría ahora de la inmensa capacidad de dirección de Tom Hooper, de su maestría para reconstruir las mentalidades y el ambiente de la Gran Bretaña de preguerra. O hablaría del papelazo de los actores Colin Firth como Jorge VI y Geoffrey Rush como el logopeda australiano Lionel Logue que logró que el Rey leyera sin tartamudear su discurso a la nación que le había declarado la guerra a Hitler. **Pero** como no soy un entendido en cine, **sino** un tartaja que tiene el habla abelmontada (como el «de, de, degenerando» de la anécdota del banderillero que llegó a gobernador), pues a esto es a lo que voy, a la delicadeza y dramatismo con que «El discurso del Rey» trata el principal tema de su argumento, que fue el principal problema de Jorge VI, sin que lo supiéramos: la tartamudez. Antonio Burgos, AB9

- Pero puede enlazar segmentos oracionales, sintagmas y también en el nivel macroestructural vinculando enunciados y párrafos. En la conexión de párrafos adquiere unos valores específicos, aparte del adversativo propio (Fuentes Rodríguez, 1998a: 125). Por ejemplo, *pero* en la estructura interrogativa no establece una contraposición con lo dicho antes. Se establece una interacción con el interlocutor así que no es la oposición sino "reacción en contra" (1998a: 128).

(39) Con la entrada en el euro admitimos todos una inflación técnica que así nos va: olvidando la cotización de las 166 pesetas, todo el mundo hizo su tabla de equivalencia: 1 euro=1 moneda de 100pesetas. Padecimos la sinvergonzonería nacional del que llamaron «redondeo». Lo malo es el que el redondeo mental de la equivalencia del euro lo seguimos aplicando todos, queya no nos tomamos el trabajo de traducir a las que peyorativamente llaman «antiguas pesetas», que han quedado tan arqueológicas como aquellos duros antiguos que tanto en Cádiz dieron que

hablar, que se encontraba la gente a la orillita de etcétera. Tras el subidón de la luz y desde la Gauche Caviar, el Ministro de la Bombilla de Bajo Consumo ha dicho que nos quejamos por vicio, que, total, la luz ha subido lo que cuesta un café. No el famoso café a 80céntimos de ZP, sino un café de cualquier barra, que son por lo menos 2 euros. **¿Pero** usted ha echado la cuenta de lo que son 2 euros, del dineral que cuesta un café? Dos euros son 332,60 pesetas. Una barbaridad. Si paga usted en el bar una ronda de cuatro cafés a otros tantos amigos, son 1.330,40 pesetas del ala. Que se dice pronto 1.330 pesetas por cuatro cafés. Claro, como ya no usamos la calculadora de euros... La otra tarde, en el programa de Jorge Javier Vázquez, salía una vieja muy repintada y repeinada, contentísima porque en la peluquería le habían cobrado sólo 20 euros. **¿Pero** usted sabe lo que son 20 euros, señora? Veinte euros son 3.326 pesetas. Lo que cobraba Llongueras antes del euro es lo que llevan ahora las peluquerías de barrio a las viejas que van de público al «Sálvame». Y todo así. El despilfarro nacional empieza porque nadie piensa ya en pesetas lo que pagamos en euros. Propongo mi fórmula: que volvamos a usar la calculadora de euros. Como tal día como hoy, hace nueve años. Antonio Burgos, AB1

- Otro valor específico que adquiere pero en la conexión de párrafos es relacionado con el giro en la argumentación que se produce, pero que no tienen que ser opuesto. De este modo se inicia una nueva vía de argumentación introduciendo lo más significativo desde el punto de vista informativo.

(40) Conozco a un tipo que es colega de uno que tiene un primo cuyo cuñado no cree que las elecciones las vaya a ganar el PP. Y parece que encima el escéptico es de derechas, porque la mayoría de la izquierda ya se ha resignado. En total no llegan a un treinta por ciento los ciudadanos que aún piensan que el próximo presidente del Gobierno puede ser alguien distinto a Mariano Rajoy Brey. En este clima de certidumbre presentida lo más difícil para el líder popular va a ser contener la euforia y convencer a los suyos de que no hay victoria posible hasta que no la cantan las urnas. El estado de ánimo del partido, tal como se percibe en la Convención de Sevilla, es de un optimismo que sólo modera el razonable temor a la responsabilidad de gobernar un país arruinado. Poco que ver con aquel Congreso de Valencia 2008 en el que se podía respirar el recelo y las navajas de la conspiración brillaban debajo de las sillas. Hasta Aznar ha pasado por allí cosiendo voluntades y sin romper nada; en política nada hay más balsámico que el poder o su expectativa.

**Pero** el desplome del zapaterismo, causa verdadera del vuelco que se ha instalado en la sociedad española, se puede aminorar si Zapatero decide irse por sí solo y la izquierda se moviliza para evitar la mayoría absoluta del adversario. En este momento ése el único objetivo del PSOE y de los nacionalistas: impedir que Rajoy disponga de un margen holgado de maniobra. El interesado lo sabe y por eso prepara una oferta de pacto transversal que probablemente se refleje hoy en el discurso de clausura de la reunión sevillana. Conocedor de que su electorado tradicional no se ha aflojado, quiere dirigirse a los votantes templados de la izquierda. El apoyo del PSOE para abordar en la próxima legislatura un paquete de reformas institucionales —y tal vez constitucionales— es más que dudoso, de modo que va a tratar de alcanzar el de una parte de sus seguidores tendiéndoles la mano como hizo Sarkozy en Francia. Lo va a tener más complicado porque en España es mucho más profunda la zanja de prejuicios que tendemos a confundir con ideologías. Ignacio Camacho, IC6

En los ejemplos anteriores *pero* une elementos antiorientados. No obstante, existen casos en los que no cumple su función general de oponer elementos que introduce como, por ejemplo, en el caso de *pero de sobrerrealización*. El elemento introducido por *pero* es un modificador sobrerrealizante que designa el grado extremo de la escala argumentativa considerada y así refuerza una relectura de la aplicación normal de esa misma escala como insuficiente para la situación considerada.

(41) Era fundamental que Egipto resultara un ejemplo. El pueblo lo deseaba y se sentía orgulloso, tras la estela de Túnez **pero** en grandioso. Maruja Torres, MT6

#### b. Conector contraargumentativo *sin embargo*

El conector contraargumentativo *sin embargo*, igual que otros elementos contraargumentativos, introduce el miembro que lleva a la conclusión distinta de lo que se podría inferir a partir del miembro que precede. Por tanto es capaz de presentar como opuestos dos conjuntos de *topoi* asignando así una mayor fuerza argumentativa al elemento que introduce. Como conector puede introducir oraciones como en (42):

(42) La respuesta, **sin embargo**, ha sido decepcionantemente sectaria. Ignacio Camacho, IC10

También vincula los enunciados como en el ejemplo (43):

(43) Para diferir en lo posible esa necesidad higiénica, los partidos alumbraron una doctrina-coartada que consiste en referenciar las conductas en entredicho a las sentencias judiciales, evitando las renunciaciones o ceses por acumulación de indicios. **Sin embargo**, cuando los tribunales expiden fallos desfavorables nuestra dirigencia encuentra nuevas excusas y recursos dilatorios que eviten el desagradable saldo de cuentas. Ignacio Camacho, IC5

O puede relacionar párrafos estableciendo una contraargumentación. En este ejemplo del corpus (44), además introduce la conclusión final.

(44) No me extraña que la propuesta de que se hagan públicos los bienes de los parlamentarios excitara al señor Duran i Lleida hasta el punto de llamar funcionarios y pobres a quienes accedieran a las bancadas sin poseer las aptitudes necesarias para representarnos. Solo personas así permitirían que se examinaran sus cuentas públicamente. Son poquita cosa. Gente que no ha tenido más remedio que meterse a funcionario: ya saben, el que cobra tan poco como

maestro es porque no puede hacer nada más. Y el que no sale de pobre, algo habrá hecho. ¿Rigidez calvinista, prejuicios de clase, mucho morro?

En todo caso, el excelente político catalán -a veces, entre la excelencia y la soberbia no media más que un paso, o mejor dicho, un resbalón dialéctico- ha abierto un interesante debate. ¿Qué clase de persona queremos tener en el Parlamento, representándonos? Les voy a decir a la clase de gente que no quiero ahí.

No quiero, por ejemplo, a aquellos que, en los bancos, han decidido aprovecharse de discutibles leyes para quedarse con los pisos de quienes no pueden pagar su hipoteca, y que, encima, les siguen cobrando los plazos de la misma, con la excusa de que las viviendas ya no tienen el valor que los bancos adjudicaron, al tasarlas para conceder la hipoteca.

Tampoco quiero ahí al señor con quien me tropecé en el Liceo la otra noche: goza de libertad porque pagó un millón de euros de fianza, por él y su señora, tras haber sido imputado por el *caso Pretoria*. Fue *conseller*, es decir, ministro, más de una vez, en los anteriores Gobiernos de Convergència i Unió.

**Sin embargo**, no me importaría ver sentado en el hemiciclo al juez de Navarra que sentenció en contra de esa canallada. Y echo en falta a José Antonio Labordeta. maruja Torres, MT5

### c. El marcador argumentativo *aunque*

Aunque es una unidad prototípica de las relaciones concesivas, también puede adquirir un valor adversativo y eso sucede cuando la estructura *p aunque q* se actualiza mediante el indicativo. Así se convierte en el elemento que posee mayor fuerza argumentativa y, por consiguiente, condiciona la dinámica discursiva. En este ámbito aunque vincula oraciones o segmentos inferiores a ella, pero siempre después de una pausa.

(45) Como ya me hice mucho daño a mí misma durante las décadas en que fumé cigarrillos — lo dejé hace ocho años, y últimamente ya no consumo ni narguile—, soy capaz de convivir con los humos de los demás, **aunque** no con la apesosa presencia de las colillas trasnochadas, ni con la aberrante fragancia que el vicio deja en ropas y tapicerías. Maruja Torres, MT1

Como se puede ver, en este ejemplo (45) es sustituible por *pero*.

#### d. Conjunción /y/

En una ocasión en el corpus aparece un segmento introducido por la conjunción *y* que marca la oposición entre los segmentos coordinados. Portolés (1998c: 79) advierte que el conector /y/ permite la relación opuesta.

(46) Pero ese oficio, que puede ser tan inteligente, ameno, divertido, educativo, personal y glorioso cuando lo ejerce gente como Michael Robinson, Valdano y Carlos Martínez, vuelve a provocar vergüenza ajena en la narración que hace la siempre infame Tele 5 para los auténticos españoles de los partidos de la Eurocopa. Hay una voz atiplada que agrade no ya por su tono sino por las gilipolleces que dice. La complementa el intelectual del grupo, un tal Petón, que añade el punto psicológico a lo que está ocurriendo. Y es como constatar la auténtica naturaleza de este país en desgracia a través del facherío hortera que impuso un enano cruel durante cuarenta años, es la caspa, es el tono con el que pretenden identificar al pueblo llano, es el apestoso *Cine de barrio*, es Tele 5, es todo eso que huele a subdesarrollo folclórico adaptado a los nuevos tiempos, es esa caricatura anfetamínica llamada Mercedes Milá y su ridículo y agotador *Gran hermano*, es la basura chillona a la que otorgó vendibles señas de identidad un hombre inteligente con una actitud tan cínica como execrable llamado Xavier Sardá, es la España zarzuelera, analfabeta, ágrafa, grosera y paleta que nunca pasó y siempre ha sido (Antonio Machado fue benigno en su definición y en su desencanto), es todo eso que da asco, incluida la viscosa Esperanza Aguirre, símbolo del facherío de clase alta estratégicamente reconvertida en defensora de la clase media, dama tan popular que supuestamente llama al pan, pan, y al vino, vino. Y juro que existimos los otros, aunque no seamos muchos, toda esa gente que no nos merecemos la ancestral, actual y triunfante mierda. Carlos Boyero, CB1

#### 1.1.2.2. Relación concesiva

La relación adversativa y la relación concesiva están directamente ligadas dado que en ambos casos se establece una antiorientación argumentativa. Sin embargo las estructuras concesivas introducen un elemento que no impide la realización de lo expresado en el elemento que procede. Elemento típico de esta relación es *aunque* que en nuestro corpus aparece en 19 ocasiones.

Esta unidad se puede manifestar en dos esquemas discursivos:

- *aunque q, p*
- *p aunque q*

Ambos esquemas imponen restricciones argumentativas y polifónicas diferentes. En el caso del esquema *aunque q, p*, se puede afirmar que el segmento introducido por *aunque* (q), posee menor fuerza argumentativa que el segmento que le sigue (p), por lo que es el último segmento el que determina la dinámica discursiva.

(47) En este clima de desmoralización resalta la confiada ofuscación de Rodríguez Zapatero, cuya inmersión forzosa en un cierto realismo político no alcanza para que deje de cometer el error que más le ha hundido ante la opinión pública: la persistencia en pronosticar mejoras que no sólo no se producen, sino que se alejan en un horizonte de descalabro socioeconómico. Ayer, ante Carlos Herrera, anduvo espeso y defensivo, centrado en la prioridad de no parecer irresponsable, pero continuó destilando ese aire de autocomplacencia esperanzada que para muchos ciudadanos se ha convertido ya en una irritante cantinela muy parecida al engaño. Su empeño voluntarista en atisbar señales de recuperación resulta ya un discurso cansino en el que la gente ha dejado de creer. Los más benévolo opinan que se ha equivocado demasiadas veces; el resto simplemente considera que ha mentado. Alguna vez acabará acertando, o ni siquiera eso porque la crisis no ha tocado fondo y los indicios de mejoría no empezarán a notarse, en el mejor de los supuestos, hasta el final de su mandato, pero en todo caso ya no está en condiciones de rescatar su devaluada capacidad de análisis. **Y aunque** ha rebajado el provocativo optimismo que antes le arrastraba a escandalosos vaticinios fallidos y ha moderado la arrogancia con que se jactaba de controlar una situación que a todas luces había sobrepasado sus facultades, carece de crédito para enviar mensajes de confianza. Un país con aspiraciones no se puede conformar con que su líder deje de decir tonterías. Ignacio camacho, IC1

(48) Haces agradecida memoria de las proezas de esta selección que tanto placer ha otorgado no solo a sus compatriotas (excluyo a Bildu y a Esquerra, muy nerviosos ante la posibilidad de que los niños de su oprimida patria se identifiquen con el rojerío imperialista) sino a cualquier persona que le guste el fútbol y descubres que hace cuatro años la tormenta era inminente en este país, hace dos ya existían tres millones de parados y en este momento ni se sabe. Y mañana... Pero mucha gente se sintió campeón de Europa y del mundo, campeón de algo. Es posible que se fortaleciera durante unas horas el abatido ego, que llegara la alegría momentánea cuando todo invita a la depresión. Y Zapatero, el timonel que negó imperdonablemente la llegada de ese monstruo llamado crisis, se sentía radiante ante la euforia y el orgullo del pueblo. **Aunque** la cuenta corriente del personal fuera sombría y asfixiaran las impagables hipotecas, nuestro deporte había alcanzado por fin el esplendor. Carlos Boyero, CB2

En cuanto a la estructura *p aunque q*, lo que determina qué segmento posee mayor fuerza argumentativa está condicionado por el modo verbal del segundo segmento (q). Si se actualiza en subjuntivo ocurre lo mismo que en la estructura *aunque p, q*, elemento introducido por *aunque* argumentativamente inferior, es decir, posee menos fuerza.

(49) Con *d* de desesperación se escribe el relato de los sometidos. El de los tiranos y sus *lobbyistas* de Oriente y, sobre todo, de Occidente, se escribe con *D* capital, de Desvergüenza. Carezco de líneas en esta columna para darles una lista de los déspotas que huyeron a un futuro

comprado con millones y documentos secretos acerca de complicidades, y que continúan gozando de buena vida y privilegios. Y este periódico, **aunque** doblara sus páginas, no dispone de espacio para albergar sus expedientes criminales. Maruja Torres, MT4

En el corpus hemos identificado una construcción que posee un valor concesivo y es sustituible por *aunque*. Se trata de la construcción *por más que* que en este ejemplo corresponde al esquema discursivo *p aunque q* en el que el elemento introducido por *aunque* posee menos fuerza argumentativa y, por tanto, impide la realización de lo expresado en el segmento anterior. Además en este caso *por más que* relaciona enunciado a una secuencia discursiva única introducida por *pero*.

(50) El discurso de las reformas que hasta antier no consideraba necesarias es la coartada de Zapatero para atornillarse al poder hasta el último minuto. Acostumbrado a múltiples piruetas y reencarnaciones parece creer que le va a funcionar el avatar reformista, quizá porque ya no se mire en el espejo de las urnas sino en el de la posteridad. Con las elecciones perdidas y el país empobrecido le ha dado un ataque de responsabilidad histórica que acaso sólo sea un modo más de concederse otra oportunidad así mismo. Pero a su propósito de enmienda le falta para resultar creíble un mínimo sentido de la contrición; todavía no se le ha oído admitir sus errores, **por más que [aunque]** la opinión pública los haya sentenciado con una taxativa condena. La paradoja más cruel de su doble mandato es que su caída se ha producido cuando ha empezado a tomar decisiones sensatas; ya no le queda crédito social para resucitarse ni coraje para abreviar su propia agonía. La prórroga no es un sacrificio reparador, ni un servicio patriótico ni una inmolación expiatoria, sino un acto de egoísmo y de soberbia motivado por la incapacidad de reconocer el fracaso. Ignacio camacho, IC3

## 1.2. Fuerza argumentativa

En el capítulo anterior hemos revisado el concepto de la orientación argumentativa según cual los argumentos pueden estar orientados o antiorientados con respecto a la conclusión. Este concepto está relacionado con otra dimensión argumentativa, la de fuerza, que es una característica tanto de los argumentos como de las conclusiones. Como ya hemos podido ver algunos marcadores de la orientación no solo orientan los argumentos sino también indican mayor o menor fuerza del segmento que introducen. Por tanto, ahora vamos a ver cuáles son los recursos de la gradación de argumentos utilizados en nuestro corpus.

Recordamos que el concepto de la fuerza argumentativa es una consecuencia directa de la suposición de Anscombe y Ducrot de que el léxico es gradual. La teoría desarrollada por Anscombe y Ducrot sostiene que la significación de las palabras es de naturaleza argumentativa y no informativa. Su intento es explicar la significación de palabras en términos inmanentes y no referencialistas. Para estos autores hablar equivale a argumentar, y es la propia estructura lingüística la que gobierna la actualización de la argumentación en la lengua. Este es el pilar central de su teoría de la argumentación en la lengua. Recordamos la hipótesis general de la teoría de Anscombe y Ducrot:

- La significación de las palabras es argumentativa. El valor semántico de una unidad lingüística está formado por una serie de instrucciones que indican las posibles dinámicas discursivas que se derivan de cada unidad de la lengua.
- La estructura lingüística determina la función argumentativa de los enunciados. No son los hechos los que gobiernan y regulan la orientación argumentativa de un segmento discursivo sino la lengua y sus unidades lingüísticas empleadas por los interlocutores.

Por consiguiente se podría afirmar que los valores informativos o descriptivos apenas tienen influencia en la configuración lingüística de un enunciado y lo que es más importante es la orientación argumentativa que un emisor escoge cuando transforma su competencia lingüística abstracta en discursos concretos.

Dentro de este marco, y llevando el razonamiento hasta el límite, se llega a decir que nunca hay valores informativos en el nivel de la frase. No sólo no hay frases puramente informativas, sino que ni siquiera hay, en la significación de las frases, componente informativo, lo que no significa que no haya usos informativos de las frases. Todo lo que queremos decir, es que tales usos (pseudo) informativos son derivados de un componente más «profundo» puramente argumentativo. Se deben a un uso utilitario particular del lenguaje y a cierta ideología racionalizante –Benveniste decía logicizante–, que sólo puede desarrollarse disimulándose y que se disimula prestando a las palabras el poder intrínseco de representar las cosas. (Anscombe y Ducrot, [1983] 1994: 214).

Uno de los componentes de la teoría de la argumentación en la lengua es la Teoría de los Modificadores Argumentativos. Como ya hemos mencionado, otro aspecto clave de la teoría de la argumentación de Anscombe y Ducrot es que la significación de las palabras es básicamente gradual de modo que existen diferentes



grados de aplicabilidad de un término en una dinámica discursiva determinada. Es decir, si la significación de una palabra es gradual tienen que existir ciertos elementos que permitan modificar la fuerza con la que una palabra se aplica en una determinada dinámica y estos elementos han de poder modificar a cualquier palabra del léxico.

Cada uno de esos grados, en consecuencia, posee una fuerza argumentativa determinada que condiciona las posibles continuaciones que se derivan del uso de ese término así que para demostrar lingüísticamente la presencia de esa gradualidad es necesario identificar unidades léxicas que puedan modificar la fuerza argumentativa de una palabra y, también, reflejarlos diversos grados que constituyen su significación. Una de las herramientas claves para explicar y entender la noción de la fuerza argumentativa es la Teoría de los Modificadores Argumentativos que distingue entre los modificadores realizantes y desrealizantes y dentro del grupo de modificadores desrealizantes identifica dos clases: los atenuadores y los inversores.

Un modificador realizante es un sintagma que aumenta la fuerza argumentativa de la unidad con la que se relaciona mientras que un modificador desrealizante disminuye o invierte dicha fuerza. Así los atenuadores devalúan la fuerza argumentativa del predicado al que se aplican pero mantienen su misma orientación, mientras que los inversores invierten por completo la fuerza argumentativa del predicado al que se aplican.

El concepto de la suficiencia argumentativa propuesto por Portolés está relacionado con el concepto de la fuerza argumentativa.<sup>132</sup> La suficiencia es una dimensión de los argumentos, al igual que la orientación y la fuerza. Los usos realizantes y desrealizantes, afectan ambos tanto a la orientación como a la fuerza y a la suficiencia argumentativa.

Principalmente son operadores especializados en marcar orientación o fuerza argumentativa y los elementos léxicos como los adjetivos y los adverbios los recursos con los que se consigue la gradación. También existen algunas locuciones o elementos

---

<sup>132</sup> Portolés (1998b), (2004: 265-269).

morfológicos como el prefijo *in-*, que acompaña a un adjetivo, que puede cumplir esa función.

En las columnas del corpus se han identificado la tendencia hacia el aumento de la fuerza argumentativa que se consigue mediante los mecanismos de intensificación y el uso de adjetivos y adverbios realizantes. En cuanto a la disminución de la fuerza argumentativa, ese efecto se logra con operadores atenuativos, con los elementos que indican la visión personal de los columnistas y con el uso de los elementos que marcan la modalidad epistémica.

En las tablas que se presentan a continuación (la primera expone los resultados de la intensificación y la segunda de la atenuación argumentativa) se pueden ver los mecanismos usados por cada autor y a continuación intentaremos explicar y comentar el uso de los recursos más destacados con unos ejemplos del corpus. No obstante, el análisis de la fuerza argumentativa aplicado de cada texto del corpus está disponible en los [Anexos](#)<sup>133</sup>, p.92 y ss.

---

<sup>133</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

Fuerza Argumentativa				
Intensificación				
	Carlos Boyero	Maruja Torres	Antonio Burgos	Ignacio Camacho
Adjetivos intensificadores: <i>tanto/tan, mucho, todo, mayor</i>	Tan: 22 Tanto: 8 Mucho: 2 Mayor: 1	Tan: 5 Mucho: 3 Todo: 2	Tan: 8 Tanto: 8 Mucho: 6 Todo: 7	Tan: 5 Tanto: 2 Mucho: 3 Todo: 4
Adverbios: <i>más, muy, mucho, demasiado, bastante</i>	Más: 6 Muy: 3 Mucho más: 1 Bastante: 1	Más: 15 Muy: 5 Mucho: 1 Bien: 1 Demasiado: 1	Más: 9 Muy: 1 Demasiado: 1	Más: 22 Muy: 1 Mucho: 2 Demasiado: 1 Bastante ( <i>más</i> ): 1
Unidades que integran el término intensificado		<i>Más que nada</i> : 1	Más por mucho: 1	
Elementos modales de reafirmación: <i>claro, por supuesto, desde luego, en efecto</i>	Por supuesto: 2 De acuerdo: 3 Y seguro: 1	En efecto: 2 Por cierto: 1	Claro: 1 Por supuesto: 1 Por cierto: 1	Claro: 1
Operadores de refuerzo argumentativo (enfanzadores informativo-argumentativos)	<i>En realidad</i> : 1	<i>En el fondo</i> : 1		
Reformuladores		Rectificativo: <i>Mejor dicho</i> : 1 <i>Es decir</i> : 2		Explicativo: <i>Es decir</i> : 3 De distanciamiento: <i>En todo caso</i> : 1 <i>De todos modos</i> : 1
Aumentativo: <i>-ísimo</i>	1		Aumentativo: 1 <i>-ísimo</i> : 4	1
La acumulatio	17	7	18	3
Paréntesis	10	6	4	13 La explicativa: 1
Construcciones con negación		Ni siquiera: 1	Nada menos: 1 Ni: 4	Ni siquiera: 1 Ni: 3
Adjetivación excesiva (fuerte) / anteposición más énfasis	72 Superlativos: 9	12 Superlativo: 6	8 Superlativo: 5 Con sentido irónico: 3	14 Superlativo: 11
Denominación <sup>134</sup> grandilocuente	23	10	5	28
Denominación popular			1	1
Comparación	4			2
Los modificadores realizantes	Adv. realizante: 1			
Modificador sobrealizante <i>sobre todo</i>		Sobrealizante-operador argumentativo <i>sobre todo</i> <sup>135</sup> : 2		Sobre todo: 1
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>80</b>	<b>98</b>	<b>119</b>

<sup>134</sup> Con “denominación” nos referimos tanto a nombres como a verbos.

<sup>135</sup> Sobre todo (loc. adv.) - con especialidad, mayormente, principalmente.

Fuerza Argumentativa				
Atenuación				
	Carlos Boyero	Maruja Torres	Antonio Burgos	Ignacio Camacho
Elementos que indican la visión personal del hablante o su expresión de la opinión ( <i>yo creo, pienso</i> )	26	18	13	
Modalidad	Epistémica: 11 Deóntica: 3		Epistémica: 2	Deóntica: 3 Epistémica: 3
Condicional / Subjuntivo (suposición)		Condicional: 3 Subjuntivo: 1	1	
Operadores atenuativos: <i>de alguna manera (forma, modo), en cierto modo (manera)</i>		1	2	
Los diminutivos	Con sentido irónico: 2	2	4	
Los atenuativos: expresión adverbial <i>un poco</i> <sup>136</sup> o adjetivo <i>pequeño</i>	Un poco: 2	Poco: 1	Poco menos: 1	Poco: 1
Denominación indirecta		1	1	
Adjetivación débil		1		
Denominación minimizadora		Con sentido irónico: 1		
Adverbio <i>casi</i>	1		1	4
Operador atenuativo			Mal que bien: 1 Más o menos: 1	Más o menos: 1
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>12</b>

En una primera apreciación de los datos de la tabla, podemos ver que las formas de intensificación de la fuerza argumentativa tienen mayor frecuencia de aparición en el corpuslo que se podría entender si tenemos en cuenta que el objetivo principal y la intención de los columnistas es llevar a sus lectores hacia la conclusión y que adopte puntos de vista expuestos en la columna.

<sup>136</sup> También es un MDR, atenúa la FA conservando la misma orientación conclusiva.

### 1.2.1. Aumento de la fuerza argumentativa. Los mecanismos de la intensificación discursiva

La noción de intensificación discursiva se puede definir como el conjunto de procedimientos lingüísticos encaminados a aumentar o enfatizar la importancia de la información y llevar al lector a la conclusión deseada. Es decir, "es un procedimiento de realce del contenido de un elemento" (Fuentes Rodríguez, 2006: 36).

En nuestro corpus, la intensificación está relacionada con la intención del columnista de convencer al lector, de modo que resalta la parte del discurso y lo lleva al punto máximo de la escala. Los recursos para aumentar la fuerza argumentativa utilizados en las columnas son varios. Sin embargo, destacan operadores de intensificación y modificadores realizantes.

En el grupo de operadores de intensificación destacan algunos adjetivos y adverbios cuyo contenido léxico implica la gradualidad excesiva de magnitudes, los superlativos, aumentativos y algunos elementos modales de reafirmación y operadores de focalización informativa.

#### a. Adjetivos intensificadores

- *Tan / Tanto*. Ambas formas modifican la significación del adjetivo o adverbio enriqueciéndola en proporción relativa a la vez, es decir, implican una "cantidad alta o igual a la del punto de referencia" (Fuentes Rodríguez, 2009a: 331). En nuestro corpus *tan* tiene 40 apariciones, mientras que *tanto* tiene 18. Como las diferencias se deben a colocación del adverbio antes (*tan*) o después (*tanto*) de un objeto, sumamos los items de ambas formas. El columnista que más utiliza *tan/tanto* como recurso de intensificación es Carlos Boyero, que lo usa en 30 ocasiones, como las de (1). Sin embargo, en las columnas de otros autores estos recursos tienen una frecuencia de aparición un poco menor, en ejemplos como (2) y (3).

(1) Pero lo que verdaderamente nos acojona al vulgo es el papado de la justicia, ese título **tan** grandioso y con presumibles atributos divinos de presidente del Supremo y del Poder Judicial. Y aunque nuestra imaginación tienda al delirio, no puede concebir que Yavéh se haya pringado en algo **tan** lumpen como cargar a los ciudadanos las facturas de veinte viajes de sus vacaciones y añadidos los gastos de su celoso séquito. Y los eternos malpensados y su ansia de alarma social creerán que si la justicia suprema se corrompe con esa migajas, tampoco desdeñará que le ofrezcan tesoros. Que Dios se apiade de procer **tan**piadoso. Carlos Boyero, CB6

(2) Nunca la publicidad me había parecido **tan** repleta de seres humanos normales, nunca la sentí **tan** cercana a la realidad. Maruja Torres, MT3

(3) Antes de las candidaturas de los Oscar fui a ver la taracea histórica titulada «El discurso del Rey» y me explico perfectamente sus doce nominaciones. Qué bien tratan su Historia estos ingleses, qué bien se ponen, qué elegantes salen. Los ingleses salen en sus películas tal como todo el mundo piensa que son los ingleses. Yo creo que los ingleses son así de ver tanto cine inglés. Como los españoles nos estamos volviendo **tan** zafios, ordinarios, insolentes y depravadetes de **tanto ver tantas películas** patrias que nos meten con calzador por el televisor. Antonio Burgos, AB9

En dos ocasiones, una vez en la columna de Carlos Boyero de (4) y otra en la de Antonio Burgos de (5), *tan* y *tanto* aparecen dentro de la construcción consecutiva *tan...que / tanto...que* de carácter hiperbólico que aporta valor intensificador.

(4) Era **tan modélico que los miserables necesitaban desesperadamente encontrarle grietas, intentar degradarle, sembrar la sospecha de que tanta perfección solo podía obedecer a un disfraz de la impostura.** Guardiola, aunque desconociera la poesía de Leonard Cohen, fue practicante fiel de una de sus sentencias: "Antes de aprender magia la gente debería conocer la etiqueta". Tal vez no fuera un mago como jugador, pero sí un representante cualificado de la inteligencia. Su forma de mover el balón tenía la virtud del metrónomo. También poseía alma. Y orgullo. Y por supuesto, siempre practicó la etiqueta. Carlos Boyero, CB10

(5) SI en esta ola totalitaria de prohibicionismo que padecemos (y que va a terminar haciendo liberal a Franco) **tanto velan por nuestra salud que acabarán fusilando a quien ose encender un cigarrillo al lado de un niño chico,** no sé a qué viene la barra libre de publicidad farmacéutica de medicinas sin receta que nos ametralla desde la TV. Cuando peguen una sentada ante la tele a la hora de la cena, hagan la prueba. Antonio Burgos, AB4

- *Mucho*. Es un cuantificador que designa una cantidad abundante o que excede lo ordinario, regular y preciso así que se trata de una forma indeterminada. En nuestro corpus aparece en 14 ocasiones. En (6), de una columna de Antonio Brurgos, el columnista ha multiplicado la vocal *u* y así ha proporcionado incluso más el valor intensificativo.

(6) Como habéis sido buenos, nuestro consejo es que hoy, antes que cierren las tiendas, os compren **muuuuuchas pilas** y **muuuuuchos destornilladores** de estrella. Así en la mañana de la Ilusión no habrá desilusiones. Os lo recomiendan Melchor, Gaspar y Baltasar. Antonio Burgos, AB2

- *Todo*. Es un cuantificador que denota algo que se abarca enteramente, es decir, en su totalidad, de modo que intensifica la fuerza del argumento. En nuestro corpus aparece en 13 ocasiones, en casos como (7).

(7) Casi nadie se toma ya el trabajo de traducir a pesetas el disparatón de lo que cuesta cualquier producto o servicio, y por eso nadie se lleva las manos a la cabeza. Con la entrada en el euro admitimos **todos** una inflación técnica que así nos va: olvidando la cotización de las 166 pesetas, **todo** el mundo hizo su tabla de equivalencia: 1 euro=1 moneda de 100 pesetas. Padeциmos la sinvergonzonería nacional del que llamaron «redondeo». Lo malo es el que el redondeo mental de la equivalencia del euro lo seguimos aplicando **todos**, que ya no nos tomamos el trabajo de traducir a las que peyorativamente llaman «antiguas pesetas», que han quedado tan arqueológicas como aquellos duros antiguos que tanto en Cádiz dieron que hablar, que se encontraba la gente a la orillita de etcétera. Antonio Burgos, AB1

## b. Adverbios intensificadores

- *Más*. Como adverbio comparativo denota idea de exceso, aumento, ampliación o superioridad en comparación expresa o sobreentendida. De este modo sitúa al argumento en una posición alta en la escala en la dirección ascendente y así conduce el argumento a la conclusión. En el corpus tiene alta frecuencia de aparición, en 52 ocasiones. Los columnista que más emplean este recurso de identificación son Ignacio Camacho, en 22 ocasiones y Maruja Torres en 15 ocasiones.

(8) Solo por el embotamiento de lo **más** profundo que nos hace humanos se entiende que no reconocamos, salvo cuando se produce el estallido final, el grado de descomposición acumulado por las almas de algunos de nuestros amigos. Mubarak es el ejemplo **más** clamoroso de estos días. Nos preguntamos por qué no lo sabíamos. Respuesta: porque no mirábamos. A lo largo de tres décadas de estiramientos, cócteles vitamínicos, trajes a medida y homologaciones con certificado de la Internacional Socialista, *ese cuerpo* nos bastaba. Formaba parte de nuestro ombligo. Como estrellas de teleserie -de esas que hemos seguido durante 10 temporadas-, los cómplices de Occidente que mantienen amordazados a sus pueblos, y su avión privado a disposición de nuestros gobernantes, han conservado hasta ahora su lugar en el reparto de papeles.

El guión lo escribimos entre todos. Maruja Torres, MT7

(9) EL cuarto año de la crisis, que empezó dieciocho meses antes de que el presidente del Gobierno reconociera su existencia, ha arrancado en medio de un fuerte pesimismo colectivo, una atmósfera generalizada de desaliento psicológico que puede agravar el panorama y desarmar **todavía más** la débil estructura de resistencia social. La mitad de los españoles creen que el paro va a empeorar, y aún son en conjunto **más** optimistas que, por ejemplo, los andaluces, entre los que tres de cada cuatro temen quedarse sin empleo antes del verano. La mayoría de los parados carece de esperanza en la posibilidad de encontrar trabajo, pero si la tuviese daría igual, porque tampoco iba a encontrarlo. Las perspectivas **más** razonables apuntan a que el desempleo no aumentará, o al menos no volverá al vértigo de la caída del 2009, sin que ello implique mejoras significativas; la mejor previsión de crecimiento en este ejercicio se antoja insuficiente para crear tasas netas de ocupación. En las actuales circunstancias, el optimismo consiste en aspirar a quedarse como estamos, en conformarse con no descender **más** peldaños de la escala de bienestar que hemos bajado de golpe y a costalazos, y en aceptar con cierta resignación que 2011 sea un año de tristezas llevaderas en el que las penurias mohínas de los últimos tiempos discurran al menos sin nuevos sobresaltos. Ignacio Camacho, IC1

- *Muy*. Es el ejemplo prototípico de adverbios intensificadores que denota una cantidad elevada de cualidad y un grado superlativo de significación de unidades que procede ( nombres adjetivados, adjetivos, participios, adverbios y modos adverbiales). En el corpus aparece en 10 ocasiones. Maruja Torres es la que más utiliza este recurso, aparece en 5 ocasiones en sus columnas, como en (10).

(10) Lo de Trípoli promete ser **muy** gratificante. Mis amigos me han prometido pasar otra vez el vídeo de *El discurso de la Momia*, en versión Gadafí, que, como recordaréis, es el más entretenido, considerando lo que le pasó después. Me cuentan que todavía tienen por ahí los cojines que hicieron con lo que les tocó en el reparto del vestuario de Muamar. Maruja Torres, MT9

- *Mucho*. Mucho como adverbio implica abundancia, alto grado, gran número o cantidad y así posiciona el argumento en el punto más alto de la escala. En el corpus aparece en 4 ocasiones, en las columnas de Ignacio Camacho 2 veces y en las columnas de Carlos Boyero y Maruja Torres en una sola ocasión, la de (11).

(11) En el bar de mi esquina, en donde se fumaba, **y mucho**, hay un trasiego permanente de clientela que interrumpe la tertulia para salir a darle al asunto. Maruja Torres, MT1

- *Demasiado* / *bastante* pertenecen al grupo de adverbios que añaden orientaciones argumentativas a la cuantificación (Fuentes Rodríguez, 2006: 38). A diferencia de los adverbios que añaden orientaciones argumentativas en la posición superior de la escala, *bastante* añade "una calificación de suficiencia



del argumento para apoyar la conclusión" (2006: 38). No obstante, demasiado sitúa la "cualidad en un punto muy elevado de la escala, considerado por el hablante fuera de lo 'normal' y 'aceptable'" (2006: 38). En nuestro corpus tienen una frecuencia baja de aparición, *demasiado* en 3 ocasiones, como la de (12), mientras *bastante* en 2 casos, como el de (13).

(12) Tal día como hoy de hace nueve años, el 2 de enero de 2002, todos estábamos con una calculadora de pesetas a euros y de euros a pesetas que nos acabábamos de comprar. Acabábamos de rasgar el plástico de aquella bolsita que te daban en los bancos a cambio de pesetas y que la campaña de divulgación llamó Monedero Euro, lo que motivó las protestas de los **demasiado** creyentes, que cuando les daban el envoltorio de plástico reclamaban la marroquinería de piel. Creían que el Monedero Euro era de Ubrique. Antonio Burgos, AB1

(13) También hay desconcierto entre los sociatas franceses por el veneno que se lanzan la exmujer y la novia actual del gallo suave Hollande. Las cuitas sentimentales entre la que pudo ser primera dama y la que lo consiguió, marcando la política. Qué bonito. Y la angelical nieta de Le Pen y sobrina de Marine pescando votos en aguas revueltas. Como los nazis griegos. Y los partidos tradicionales que consintieron y alentaron el desastre, avisándonos de que los extremistas son el verdadero monstruo. Y la gente normal, que somos **bastantes**, sintiéndonos tan asqueados como impotentes. Carlos Boyero, CB3

c. Elementos modales de reafirmación como *en efecto, claro, por supuesto, desde luego, por cierto*<sup>137</sup> son otros mecanismos que proporcionan mayor fuerza argumentativa. Estos elementos refuerzan como argumento el miembro que introducen frente a otros posibles argumentos, sean esos explícitos o implícitos (Zorraquino y Portolés, 1999: 4140) de modo que permiten presentar lo dicho como algo conocido y reconocido en la sociedad, es decir como principios en los que se basa la argumentación. En nuestro corpus elementos modales de reafirmación aparecen 12 veces y lo que hacen es encadenar argumentativamente dos enunciados apoyándose en un topos subyacente válido en la sociedad y refuerza la validez del mismo con esos elementos que aluden a la creencia común.

---

<sup>137</sup> Aunque Zorraquino y Portolés (1999: 4090-4091) consideran el digresor por cierto, como estructurador de la información que introduce un comentario lateral en relación con el tópico principal del discurso más frecuente, en nuestro corpus consideramos los casos de usos con un valor modal de reafirmación.

*Por supuesto* "ratifica lo que se infiere del segmento del discurso al que remite como algo necesariamente implicado o impuesto en el contexto comunicativo" (Zorraquino y Postolés, 1999: 4151). En nuestro corpus aparece 3 veces (2 veces en las columnas de Carlos Boyero y una vez es utilizado por Antonio Burgos) y todos estos casos los columnistas confirman la evidencia de la parte del discurso a la que se refiere *por supuesto* y así aportan refuerzan esa parte.

(14) Era tan modélico que los miserables necesitaban desesperadamente encontrarle grietas, intentar degradarle, sembrar la sospecha de que tanta perfección solo podía obedecer a un disfraz de la impostura. Guardiola, aunque desconociera la poesía de Leonard Cohen, fue practicante fiel de una de sus sentencias: "Antes de aprender magia la gente debería conocer la etiqueta". Tal vez no fuera un mago como jugador, pero sí un representante cualificado de la inteligencia. Su forma de mover el balón tenía la virtud del metrónomo. También poseía alma. Y orgullo. Y **por supuesto**, siempre practicó la etiqueta. Carlos Boyero, CB10

*Claro* "recalca la evidencia del segmento del discurso al que remite, estableciendo una conexión entre los elementos que integran su contenido -y lo que puede deducirse de ellos- y algún tipo de hecho, situación, o circunstancia que los justifican o los explican y que pueden recuperarse a través del contexto o del conocimiento que comparten los hablantes" (Zorraquino y Portolés, 1999: 4151). En nuestro corpus aparece en 2 ocasiones, una vez es utilizado por Antonio Burgos y otra por Ignacio Camacho, y en ambos casos introduce un comentario que aclara la parte que comenta e, incluso, lo presenta como algo compartido por todos, como una experiencia común.

(15) ¿Pero usted ha echado la cuenta de lo que son 2 euros, del dineral que cuesta un café? Dos euros son 332,60 pesetas. Una barbaridad. Si paga usted en el bar una ronda de cuatro cafés a otros tantos amigos, son 1.330,40 pesetas del ala . Que se dice pronto 1.330 pesetas por cuatro cafés. **Claro**, como ya no usamos la calculadora de euros... La otra tarde, en el programa de Jorge Javier Vázquez, salía una vieja muy repintada y repeinada, contentísima porque en la peluquería le habían cobrado sólo 20 euros. ¿Pero usted sabe lo que son 20 euros, señora? Veinte euros son 3.326 pesetas. Lo que cobraba Llongueras antes del euro es lo que llevan ahora las peluquerías de barrio a las viejas que van de público al «Sálvame». Y todo así. El despilfarro nacional empieza porque nadie piensa ya en pesetas lo que pagamos en euros. Propongo mi fórmula: que volvamos a usar la calculadora de euros. Como tal día como hoy, hace nueve años. Antonio Burgos, AB1

*En efecto* también remite a los conocimientos y experiencias compartidas por los interlocutores, pero destacando lo evidente de lo dicho. En nuestro corpus aparece en 2 ocasiones en las columnas de Maruja Torres y su función es introducir el segmento que

confirma el sentido de lo expresado anteriormente. En este ejemplo está reforzado con la conjunción *y* que propone un grado más de la fuerza argumentativa.

(16) Ahora bien. Como diría el clásico, merece la pena verlo por los anuncios. Lo puse una vez y otra solo por complacerme con las imágenes de gente corriente que aparecen antes. Esas chicas que juegan con los bolsos en las rebajas de El Corte Inglés. Sobre todo, esas personas que, en momentos importantes de su vida -su boda, un examen, una zambullida en la piscina- sienten sus vías respiratorias libres gracias a que se despejan los conductos nasales con un inhalador con oximetazolina. ¡Respira!, se nos repite, estimulándonos. Y, **en efecto**, podemos comprobarlo: no dejamos de respirar. El mundo no se ha detenido.

Nunca la publicidad me había parecido tan repleta de seres humanos normales, nunca la sentí tan cercana a la realidad.

d. Los operadores de refuerzo argumentativo o enfatizadores informativo-argumentativos *en realidad* y *en el fondo* por su significado refuerzan el segmento del discurso en que se incluyen y así condicionan las posibilidades argumentativas. En nuestro corpus aparecen en una sola ocasión.

*En realidad* aporta el valor argumentativo que coincide con su valor enfatizador enunciativo y supone una cierta reconsideración de modo que se presenta el argumento como la "realidad" por su oposición a *en apariencia* y así ese elemento tiene más fuerza para conducir a unas conclusiones determinadas (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 493). En nuestro corpus es utilizado por Carlos Boyero en una sola ocasión y en ese ejemplo de (17) el segmento introducido por este elemento refuerza el argumento y a la vez limita otros posibles argumentos como posibles desencadenamientos de posibles conclusiones.

(17) John Ford también pisó África para hablar de la caza. **En realidad**, creo que le interesaba más que filmar las costumbres de los animales salvajes volcarse en el retrato de esa mujer transparentemente fordiana que interpreta la más que guapa Ava Gardner, deslenguada, bebedora, volcánica, mordaz, sensual y perdedora. Gable, haciendo sin esfuerzo de gran machote, tenía que decidir si se quedaba con ella o con la delicada y meliflua Grace Kelly. Afortunadamente, recobraba la lucidez y elegía lo que haría cualquier hombre con buen gusto que supiera un poco de auténticas mujeres. Carlos Boyero, CB9

*En el fondo* también aparece en una sola ocasión en la columna de Maruja Torres. Este elemento posee un valor reconsiderativo que es el resultado de la "reflexión entre lo aparente y lo esencial o destacado" (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002:

488). Por tanto el *en el fondo* proporciona énfasis informativo y argumentativo al segmento que introduce y lo sitúa en la posición superior, como se aprecia en (18).

(18) Transición. Hermosa palabra. Cuántos crímenes se cometen en tu nombre. Ahora mismo se perpetra uno en Tahrir Square y sus alrededores: es decir, en todo Egipto. Tahrir ha sido el corazón de la protesta y sus criaturas resisten bravamente, pero todos sabemos que los esbirros de Mubarak -algunos los llaman partidarios: cómo no lo van a ser- vencerán. Nos tienen a nosotros detrás. A Estados Unidos y su novia de toda la vida, Israel, y a este carcama medio paralizado y enmudecido que llamamos Unión Europea.

El sapo tirano ha escupido sobre todos nosotros y nos ha inmovilizado. No le ha hecho falta saliva. **En el fondo**, todos sabemos cuál es su arma suprema, de qué se sirve para tener a Obama y a sus siervos en el bolsillo: islamismo. Uhhhhhhh, que vienen los islamistas. Maruja Torres, MT6

e. Reformuladores. Los reformuladores son marcadores que presentan el miembro que introducen como una nueva formulación de un miembro anterior, es decir como una mejor expresión de lo dicho con el miembro precedente. Por tanto, la nueva formulación es fundamental y es el miembro que guía la prosecución del discurso. En nuestro corpus aparecen 5 casos de reformuladores que, de acuerdo con la clasificación de Zorraquino y Portolés (1999: 4122) pertenecen a reformuladores explicativos, rectificativos y de distanciamiento.<sup>138</sup>

- El reformulador explicativo *es decir* aparece 5 veces en nuestro corpus, 3 veces en las columnas de Ignacio Camacho y 2 en las columnas de Maruja Torres. Este elemento introduce un miembro y lo presenta como una reformulación que aclara o explica lo dicho con el miembro anterior. En los cinco casos los columnistas vuelven a expresar de una forma más clara y concisa lo que acaba de expresar repitiendo el mismo tópico como se puede ver en (19) de IC3.

(19) A estas alturas nadie cree ya en su liderazgo. Los suyos le han abandonado y los demás no se fían. La gente clama en las encuestas por un adelanto electoral que limpie el escenario pero no lo va a conceder porque le supondría retirarse con oprobio. Lo asombroso es que después de siete años ufanándose de una determinada política pretende en su infinita autocomplacencia coronarse como esforzado paladín de la contraria. Lo único que puede lograr es pasar a la

---

<sup>138</sup> Estos autores clasifican los reformuladores según su significado en cuatro grupos: reformuladores explicativos, reformuladores rectificativos, reformuladores de distanciamiento, reformuladores recapitulativos (1999: 4122).

Historia como un gobernante que fracasó en dos agendas opuestas. **Es decir**, como un líder que además de carecer de principios carece de competencia. Ignacio Camacho, IC3

- El reformulador rectificativo *mejor dicho* aparece en una sola ocasión en el corpus en (20) de una columna de Maruja Torres. Su función es sustituir el miembro interior que se considera como una formulación incorrecta por otra que la mejora o la corrige. En este caso se trata de una corrección que además está presentada mediante una estructura parentética que resalta incluso más la información adicional que se proporciona. Aunque se ha roto la linealidad, la nueva información está relacionada con lo dicho y sigue la misma línea argumentativa que queda reforzada y así conlleva más fuerza argumentativa como en (20).

(20) Observo sin asombro nuestra reducida **-mejor dicho, inexistente-** capacidad para asombrarnos. Si hace 10 años, incluso cinco, hubiera caído bajo nuestras narices un titular sobre la reconversión del régimen cubano a los mandamientos del mercado como el que está apareciendo estos días, parte del personal habría saltado de júbilo pensando que era un regalo de Reyes, y otra parte se habría apresurado a consultar el calendario creyendo hallarse otra vez en pleno Día de los Inocentes. Otra parte habría creído que se trataba de una insidia propagada por la CIA. Maruja Torres, MT2

- Los reformuladores de distanciamiento *de todos modos, en todo caso* presentan el miembro anterior como no relevante. Sin embargo, no pretenden ofrecer una nueva formulación de lo ya expresado sino mostrar el miembro que introducen como un miembro que condiciona la prosecución del discurso (Portolés, 1998a: 143). Ambos aparecen en una sola ocasión en las columnas de Ignacio Camacho y *en todo caso* aparece en una ocasión en la columna de Maruja Torres.

En el siguiente ejemplo, (21) de IC1, *en todo caso* conecta dos partes del discurso de modo que el primer segmento se presenta como algo hipotético que aparece como posibilidad no aprobada por el columnista frente al segmento introducido por *pero* que sí es afirmado por el columnista y, por tanto, posee más fuerza argumentativa.

(21) En este clima de desmoralización resalta la confiada ofuscación de Rodríguez Zapatero, cuya inmersión forzosa en un cierto realismo político no alcanza para que deje de el error que más le ha hundido ante la opinión pública: la persistencia en pronosticar mejoras que no sólo no se producen, sino que se alejan en un horizonte de descalabro socioeconómico. [...] Alguna vez acabará acertando, o ni siquiera eso porque la crisis no ha tocado fondo y los indicios de mejoría no empezarán a notarse, en el mejor de los supuestos, hasta el final de su mandato,

pero **en todo caso** ya no está en condiciones de rescatar su devaluada capacidad de análisis. Y aunque ha rebajado el provocativo optimismo que antes le arrastraba a escandalosos vaticinios fallidos y ha moderado la arrogancia con que se jactaba de controlar una situación que a todas luces había sobrepasado sus facultades, carece de crédito para enviar mensajes de confianza. Un país con aspiraciones no se puede conformar con que su líder deje de decir tonterías.  
Ignacio camacho, IC1

*De todos modos* implica una referencia anafórica que evoca las implicaciones textuales que sirven como una base de otras nuevas y más relevantes. Aunque por un lado se niega parcialmente la relevancia de lo dicho en la parte anterior, el primer segmento se toma en consideración como una posibilidad para llegar a una conclusión determinada. Por tanto el significado de este reformulador indica que el segmento en el que se encuentran posee más fuerza argumentativa que otros anteriores con una orientación argumentativa contraria (Portolés, 1998: 113), como se ve en (22) de IC7.

(22) Con ciertas cajas a punto de irse a pique, la nomenclatura autonómica va a tener que sacar de ellas las manos. El Banco de España metía prisa de mano dura pero el Gobierno ha optado por demorar el horizonte de reconversión hasta otoño, que es la única estación hábil que queda sin elecciones de aquí a marzo de 2012. El problema es que tal vez las haya incapaces de aguantar hasta septiembre disimulando la contabilidad, y que mientras no aflore la verdadera escala del pasivo inmobiliario será difícil encontrar un primo dispuesto a invertir en esos bancos instrumentales en que pretende transformarlas la vicepresidenta Salgado. Por no hablar de que el saneamiento previo puede necesitar bastante más dinero de esos cándidos 20.000 millones que el Gobierno calcula basándose en el simple hecho de que es lo que tiene a mano.

**De todos modos** más vale que esta táctica voluntarista funcione, porque ya no quedan muchas más oportunidades de prolongar el birlibirloque ante unos mercados financieros que no se acaban de tragar nuestro peculiar sistema de cajas y sospechan que se trata de un embeleco.  
Ignacio Camacho, IC7

f. El aumentativo *-ísimo*. El morfema *-ísimo* modifica adjetivos y los lleva al punto superior de la escala de gradación proporcionando el valor intensificativo a la vez. En nuestro corpus aparece en 6 ocasiones de los cuales 4 veces en las columnas de Antonio Burgos, como (23) de AB4, y una vez en las columnas de Carlos Boyero y Ignacio Camacho.

(23) ¿Y los médicos, no tienen nada que decir contra esta publicidad que se los salta a la torera? ¿Por qué hay que consultar al farmacéutico y no al médico? ¿Cómo la Organización Médica Colegial calla ante el bombardeo absurdo que invita a la **peligrosísima** automedicación o, lo que es más grave, puede provocar que quien tenga una enfermedad mala, mala, mala, se disfrace los síntomas con cuatro pastillitas y dos jarabes, y que cuando el mal dé la cara de verdad ya no haya remedio? Hombre, puestos a prohibir, que prohíben hasta las bolsas de

plástico del Carrefour y del Mercadona, que no le hacen daño a nadie, mejor que acaben de un decretazo con esta invitación continua a que nos automediquemos. La solución está quizá en la chuminada de la Igualdad. A ver si por lo menos prohíben esos anuncios porque al final dicen «consulte al farmacéutico» y no «consulte al farmacéutico y farmacéutica». Antonio Burgos, AB4

g. La acumulación o la repetición, lo que en la Retórica se llama *acumulatio*, es también un mecanismo argumentativo que proporciona mayor fuerza a los argumentos o la conclusión. La acumulación de argumentos implica "una repetición léxica y sintáctica que sirve de apoyo fónico para conseguir ese mismo efecto" (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 423). Es uno de los procedimientos con una frecuencia alta de aparición en nuestro corpus, en 45 casos de los que son Carlos Boyero y Antonio Burgos los autores que más usan este recurso (18 y 17 veces respectivamente), en ejemplos como (24) de CB1 y (25) de AB4, mientras que en las columnas de Maruja Torres y Ignacio Camacho tiene una frecuencia menor, en 7 y 3 ocasiones respectivamente.

(24) Hay una voz atiplada que agrade no ya por su tono sino por las gilipolleces que dice. La complementa el intelectual del grupo, un tal Petón, que añade el punto psicológico a lo que está ocurriendo. Y es como constatar la auténtica naturaleza de este país en desgracia a través del facherío hortera que impuso un enano cruel durante cuarenta años, es la caspa, es el tono con el que pretenden identificar al pueblo llano, es el apestoso *Cine de barrio*, es Tele 5, es todo eso que huele a subdesarrollo folclórico adaptado a los nuevos tiempos, es esa caricatura anfetamínica llamada Mercedes Milá y su ridículo y agotador *Gran hermano*, es la basura chillona a la que otorgó vendibles señas de identidad un hombre inteligente con una actitud tan cínica como execrable llamado Xavier Sardá, es la España zarzuelera, analfabeta, ágrafa, grosera y paleta que nunca pasó y siempre ha sido (Antonio Machado fue benigno en su definición y en su desencanto), es todo eso que da asco, incluida la viscosa Esperanza Aguirre, símbolo del facherío de clase alta estratégicamente reconvertida en defensora de la clase media, dama tan popular que supuestamente llama al pan, pan, y al vino, vino. Y juro que existimos los otros, aunque no seamos muchos, toda esa gente que no nos merecemos la ancestral, actual y triunfante mierda. Carlos Boyero, CB1

(25) Hay anuncios de medicinas maravillosas y de remedios prodigiosos contra los dolores de espalda, contra el ardor de estómago, contra el estreñimiento, contra las varices, contra el insomnio, contra la urticaria, contra el nerviosismo y por supuesto contra las almorranas. Antonio Burgos, AB4

h. Las estructuras parentéticas aportan una información adicional que incide en la relevancia de ciertas partes del discurso. Estas estructuras interrumpen la secuencia, producen un efecto de intensificación y focalización dado que "es un comentario que es tan importante para el locutor que no puede esperar a terminar la secuencia para ponerlo de manifiesto" (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 266). Se rompe la linealidad, pero lo que se dice está directamente relacionado con el resto del texto y así se mantiene la coherencia y, además, se ofrecen datos que siguen la misma línea argumentativa y la refuerzan. En nuestro corpus aparece en 33 ocasiones de los que 13 veces en las columnas de Ignacio Camacho, como (26) de IC4, 10 en las de Carlos Boyero, como (27) de CB8, y en las columnas de Maruja Torres y Antonio Burgos un poco menos, 6 y 4 veces respectivamente.

(26) Puede gustar más o menos, pero España es desde hace nueve meses una economía bajo custodia. El déficit fiscal originado por la política de derroche ha provocado la cesión de soberanía en una doble dirección. Por un lado, los inversores que compran nuestra deuda exigen medidas que garanticen la solvencia del Estado para pagar el principal y los cada vez más elevados intereses, y por otro—**en el fondo es el mismo**—, la creación del fondo comunitario de rescate supone una intervención de facto que establece condiciones de cumplimiento obligado. El margen de maniobra del Gobierno es mínimo por más que el presidente se empeñe en volver a su frivolidad en cuanto siente el más leve alivio de la presión internacional. La propia conversión—**poco sincera, desde luego**— de Zapatero al reformismo es la prueba clamorosa de esa imposición de criterios; para seguir en el poder ha tenido que desautorizarse de forma abrupta así mismo. Su brusca enmienda a la totalidad representa **está muy dicho** — un fracaso sin paliativos tanto más escandaloso cuanto más solemne fue su público desdén por las medidas que se ha visto obligado a emprender. Ignacio Camacho, IC4

(27) Escucho de políticos más vulgares, llámense Rajoy (**de acuerdo, siempre ha sabido lo que quiere el pragmático mentiroso**) o Rubalcaba (**de acuerdo, es inteligente, es serio, ofrece la única imagen poderosa en un partido empeñado en promocionar a cositas impresentables como Pajín, Blanco, Trinidad, Chacón**), de ese individuo de voz aflautada, imposible de creer, Montoro, tan poco cinematográficos, tan cutremente realista, pero en posesión de esa cosa al parecer tan opiácea y definitiva llamada poder, que utilizan cotidianamente los términos verdad y mentira para legitimarse.

Y siento un asco impotente cada vez que unos y otros se justifican utilizando y manipulando esas cosas tan compleja de verdad y mentira. Malditos sean los farsantes, los posibilistas. Esa gente mentirosa que siempre enarbola la verdad. Carlos Boyero, CB8

i. Las construcciones con negación *ni / ni siquiera* aportan un efecto de intensificación dado que limitan las posibilidades de la unidad que modifican y así indican el punto más



alto en la escala. En nuestro corpus hay 7 casos de estructuras con *ni* y 2 con *ni siquiera*.

En los ejemplos que presentamos a continuación, (28) de AB10, (29) de IC3 y (30) de MT2, la negación está acompañado con otro mecanismo de fuerza argumentativa, acumulación, que refuerza incluso más la fuerza de los argumentos que se presentan.

(28) Cuando hablan de Primo de Rivera ya no se refieren a su hijo, José Antonio Primo de Rivera y Sáenz de Heredia, fundador de Falange Española, asesinado por el Frente Popular en la cárcel de Alicante en 1936. **Ni se refieren a** su hermana, Pilar Primo de Rivera y Sáenz de Heredia, fundadora de la Sección Femenina de Falange. **Ni a** su hermano Fernando Primo de Rivera y Sáenz de Heredia, militar de Caballería y aviador, preso en la Cárcel Modelo de Madrid y asesinado en 1936. **Ni se refieren al** hijo del últimamente citado, Miguel Primo de Rivera y Urquijo, vulgo Miguelito Primo, III Duque de Primo de Rivera y V Marqués de Estella, que al servicio del Rey Don Juan Carlos jugó un importante papel en el desmontaje de las instituciones de la dictadura de Franco para que España alcanzara la democracia.

Ahora, cuando hablan de Primo de Rivera (y no culpen a la Memoria Histórica) se refieren todos exclusivamente a José Antonio Canales Rivera. Es el único y verdadero Primo de Rivera que existe hoy en España.

Porque es el Primo de Rivera...Ordóñez.

¡Anda que no le está sacando nada a ser el Primo de Rivera! Más que Don Miguel, José Antonio, Pilar y Miguelito juntos. Antonio Burgos, AB10

(29) La paradoja más cruel de su doble mandato es que su caída se ha producido cuando ha empezado a tomar decisiones sensatas; ya no le queda crédito social para resucitarse **nicoraje** para abreviar su propia agonía. La prórroga no es un sacrificio reparador, **ni** un servicio patriótico **ni** una inmolación expiatoria, sino un acto de egoísmo y de soberbia motivado por la incapacidad de reconocer el fracaso. Ignacio Camacho, IC3

(30) A quienes habría que despedir es a los integrantes del régimen castrista. Aunque solo sea por incompetentes. El castrismo es una isla dentro de una isla, un destructor de espejos, una casposa podadora de inteligencias. Si **ni siquiera** saben actuar organizadamente, como la China comunista. Claro que esta ya apuntaba maneras cuando le colocaba a Cuba sus impresentablesentíficos y bicicletas. Maruja Torres, MT2

j. El léxico también puede contribuir a la intensificación de la fuerza argumentativa de modo que puede situar en el punto más alto de la escala el elemento que modifica. En este aspecto, nos referimos a los casos de adjetivación y denominación excesiva. Son casos en los que el contenido léxico implica la calificación excesiva y de magnitudes lo que conlleva una gradualidad máxima. El uso de adjetivos tiene una frecuencia bastante

alta aunque varía bastante según el autor. Así, por ejemplo, Carlos Boyero es el columnista quien hace el mayor uso de este recurso, en ejemplos como (31) de CB4, mientras los otros columnistas de una manera moderada.

(31) Nadie duda de que esta señora es altamente **generosa** con sus asesores, columnistas y tertulianos en **jugosa** nómina, o con esa **cochambrosa** Telemadrid dedicada exclusivamente a hacerle **sonrojantes** odas a su dueña y a tirarle de las orejas a sus **insignificantes** enemigos. Pero tanto derroche debería estar mínimamente justificado. Los **sagaces** cerebros de los mamporreros **aguirristas** deberían aconsejarle a la que les procura el sustento que pusiera freno a su **libertaria** espontaneidad. Puede ocurrir en estos tiempos sombríos en los que millones de personas deprimidas pasan sus lunes al sol, que alguno de ellos, con poco o nada que perder, con el subsidio de desempleo en agonía o ya fallecido hace torturante tiempo, se lance a la yugular de alguien que tiene la **ofensiva y humillante** desvergüenza de afirmar: “Ya no sé ni cuanto cobro”. Una **grosera** reiteración de aquella autodefinición **tan graciosa** que vomitó hace un par de años: “Soy pobre de pedir”. Carlos Boyero, CB4

En cuanto a la denominación excesiva, en este aspecto nos referimos tanto a los nombres como a los verbos de ejemplos como (32) de IC1, donde hemos detectado los casos que consideramos de denominación excesiva Ignacio Camacho y Carlos Boyero son los columnistas que hacen más uso de este recurso mientras que Maruja Torres y Antonio Burgos lo hacen de una manera mucho más moderada.

(32) En este **clima de desmoralización** resalta la **confiada ofuscación** de Rodríguez Zapatero, cuya inmersión forzosa en un cierto realismo político no alcanza para que deje de cometer **el error que más le ha hundido** ante la opinión pública: la persistencia en pronosticar mejoras que no sólo no se producen, sino que se alejan en un **horizonte de descalabro socioeconómico**. Ayer, ante Carlos Herrera, anduvo espeso y defensivo, centrado en la prioridad de no parecer irresponsable, pero continuó destilando ese aire de autocomplacencia esperanzada que para muchos ciudadanos se ha convertido ya en una irritante cantinela muy parecida al engaño. Su empeño voluntarista en **atisbar** señales de recuperación resulta ya un discurso cansino en el que la gente ha dejado de creer. Los más benévolo opinan que se ha equivocado demasiadas veces; el resto simplemente considera que **ha mentido**. Alguna vez acabará acertando, o ni siquiera eso porque la crisis no ha tocado fondo y los indicios de mejoría no empezarán a notarse, en el mejor de los supuestos, hasta el final de su mandato, pero en todo caso ya no está en condiciones de rescatar su devaluada capacidad de análisis. Y aunque ha rebajado el provocativo optimismo que antes le arrastraba a escandalosos vaticinios fallidos y ha moderado **la arrogancia** con que **se jactaba** de controlar una situación que a todas luces había sobrepasado sus facultades, carece de crédito para enviar mensajes de confianza. Un país con aspiraciones no se puede conformar con que su líder deje de **decir tonterías**. Ignacio Camacho, IC1

Los adjetivos por su contenido léxico determinan y destacan la cualidad del sustantivo a que se refieren, a veces incluso de una manera excesiva y así consiguen acercar el argumento a la conclusión.

En cuanto al uso de los adverbios con valor realizante, en nuestro corpus tienen una frecuencia muy baja de aparición. Sin embargo, hay unos pocos casos de los adverbios que terminan en *-mente* que indican el modo en el que se realiza la acción y así cumplen la función realizante.

### **1.2.2. Disminución de la fuerza argumentativa. Los mecanismos de la atenuación discursiva**

El concepto de la atenuación discursiva se puede definir como el conjunto de estrategias lingüísticas encaminadas a disminuir o devaluar la importancia de la información y así posicionar un argumento en el punto más bajo de la escala argumentativa. Según Fuentes Rodríguez (2002: 373) la atenuación en el caso de la argumentación tiene como misión acercarse al oyente/lector con el fin de persuadirlo; atenuar el contenido que puede afectar negativamente a la imagen del lector o no ser aceptado por él o atenuar la fuerza asertiva para ser cortés.

A diferencia de los recursos de intensificación argumentativa, los recursos que disminuyen la fuerza argumentativa tienen una frecuencia más baja de aparición lo que se puede explicar por el hecho de que el objetivo de los columnistas es que los lectores adquieran sus conclusiones y que, por tanto, procuren más a la estrategia de intensificación argumentativa.

Aunque con los mecanismos de atenuación el lector se aleja de la conclusión, también en una cierta manera marca la suficiencia para llegar a la conclusión deseada y eso es una de las razones por las que se utiliza este recurso.

Los mecanismos de atenuación argumentativa que destacan en nuestro corpus son los siguientes:

a. La visión personal del columnista. Aunque las columnas periodísticas son un género opinativo, la expresión de la opinión personal es un recurso que sirve para atenuar lo dicho ya que se plantea como algo discutible y no como una muestra de autoridad.

También es una estrategia de cortesía ya que en ninguna manera ataca la imagen del otro. Por tanto, los verbos de opinión en la primera persona singular y otras marcas de la primera persona singular son formas más comunes para situar lo dicho en un plano subjetivo y sin pretensiones de generalización.

Estos exponentes son formas con las que los columnistas nos cuentan sus propias experiencias, a la vez expresando su opinión y sus creencias. Estas formas subjetivas disminuyen la fuerza argumentativa dado que los autores manifiestan explícitamente que todo lo dicho corresponde a su impresión personal.

En nuestro corpus, el columnista que más recurre a este recurso es Carlos Boyero, en 28 ocasiones utiliza las formas que indican su visión personal en ejemplos como (33) de CB3, mientras que Ignacio Camacho no utiliza este recurso. No obstante, Maruja Torres y Antonio Burgos lo hacen de una forma moderada, en 18 y 13 casos respectivamente encontramos expresiones de la visión personal y opinión, en casos como (34) de MT3 y (35) de AB3.

(33) Las asociaciones mentales pueden ser caprichosas y obsesivas. Cuando **veo** en el teléfono que **me está llamando** el asesor fiscal **siento** escalofríos. Es una persona muy cálida, pero en el mes de junio, recordándome **mis** sagradas obligaciones con la magnánima y justa Hacienda, ejerce invariablemente como el mensajero del miedo. Cuando **me comunica mi ajuste de cuentas** con esa institución que somos todos, **mi boca** empieza a farfullar con síntomas de padecer posesión diabólica: “Dívar, Dívar, Dívar”. Y cuando salde **mi deuda** la próxima semana, **estoy seguro** de que, como el volcánico Javier Bardem de *Los lunes al sol*, **voy a tener** irresistibles y enfermizas ganas de cargarme a pedradas una farola, algo infantil, inútil y reprobable. ¿Qué culpa tendrá la pobre farola de **mi frustración**? Mejor **instalo** un mural en **mi casa** con las fotografías de los poderosos y legalizados delincuentes, incluidos múltiples timoneles de la patria y de la cosa pública, **me proveo** de una razonable colección de dardos, les hago vudú. Cualquier actividad delirante con tal de aplacar la mala hostia. Carlos Boyero, CB3

(34) **Me comprenderán** si les **digo** que **retrasé** todo lo que **pude** la contemplación del último estreno off-Broadway de la banda terrorista. **Me fatiga** su coreografía y el vestuario **me parece** penoso. La partitura, cansina. Por no hablar del lirismo: carecen. **Añado** que ni siquiera ensayan. Se les nota la falta de interés, pero más que nada se ve claramente que manejan conceptos -"normalización democrática", por ejemplo- robados a libretistas más dotados. Declaman mal, sin conocimiento profundo y sin convicción. Maruja Torres, MT3

(35) Mientras tanto, esas Fuerzas Armadas convertidas por ZP en la ONG titulada «Despilfarradores sin Fronteras» siguen costándonos más de un millón de euros al día con su absurda presencia en Afganistán. **Yo no sé** qué pintamos en Afganistán. Pero **sí sé** lo que pinta la bandera de España ondeando gloriosamente en la popa del «Juan Sebastián Elcano» por los

mares de América o por las Filipinas donde mataron a Magallanes y ahora resucita la lengua castellana. Antonio Burgos, AB3

b. La modalidad. El concepto de la modalidad como expresión de la actitud subjetiva del hablante también conlleva un cierto valor atenuativo. En cada discurso la figura del emisor, el columnista en nuestro caso, está integrada y gracias a los marcadores de la modalidad el columnista "enfoca el mensaje, pero al mismo tiempo da un índice que es relacional en el sentido de que tiene su razón de ser en la presencia de un/os interlocutor/es" (Landone: 2009: 157).

En la gramática se distinguen dos grandes tipos de modalidad: la *modalidad epistémica* que se relaciona con la expresión del grado de certeza o duda que el emisor manifiesta con respecto a la verdad de la proposición contenida en su enunciado y abarca conceptos de la posibilidad, probabilidad, incertidumbre, duda o evidencia; y la *modalidad deóntica* relacionada con la obligatoriedad de que se cumpla el contenido expresado.

Relacionados con el concepto de la atenuación son los marcadores de la modalidad epistémica que expresan posibilidad, incertidumbre, duda, como por ejemplo, *tal vez*, *a lo mejor*, *quizá*, que atenúan la fuerza impositiva a través de la presentación de los hechos como algo posible y como una hipótesis.

En nuestro corpus, las marcas de la modalidad epistémica tienen la frecuencia más alta de aparición en las columnas de Carlos Boyero (11 casos) en casos como (36) de CB4, mientras que en las columnas de Ignacio Camacho y Antonio Burgos mucho menos (3 y 2 veces respectivamente), en ejemplos como (37) de IC7. En las de Maruja Torres no hemos identificado este tipo de marcadores.

(36) **Tal vez** esta señora pretenda reinventar el surrealismo para dinamitar el universo y admire profundamente a Breton y a Buñuel, pero **debería saber** que eso puede entrañar riesgos físicos. Que se acuerde de lo que le ocurrió a la pobre María Antonieta, aquella reina con tanto sentido del humor que sugirió que comieran pasteles a los hambrientos que suplicaban pan. Y Divar afirma que sus gastos en Marbella eran una miseria y que no iba a hoteles de lujo, sino de cuatro estrellas. Que divertido es provocar. Pero, **a lo mejor**, hay que pagar una factura chungu por ello. Carlos Boyero, CB4

(37) Con ciertas cajas a punto de irse a pique, la nomenclatura autonómica va a tener que sacar de ellas las manos. El Banco de España metía prisa de mano dura pero el Gobierno ha optado por demorar el horizonte de reconversión hasta otoño, que es la única estación hábil que queda sin elecciones de aquí a marzo de 2012. El problema es que **tal vez** las haya incapaces de aguantar hasta septiembre disimulando la contabilidad, y que mientras no aflore la verdadera escala del pasivo inmobiliario será difícil encontrar un primo dispuesto a invertir en esos bancos instrumentales en que pretende transformarlas la vicepresidenta Salgado. Por no hablar de que el saneamiento previo puede necesitar bastante más dinero de esos cándidos 20.000 millones que el Gobierno calcula basándose en el simple hecho de que es lo que tiene a mano. Ignacio Camacho, IC7

c. Los diminutivos se usan como mecanismo en la macroestructura argumentativa del lenguaje y de acuerdo con eso puede tener un valor referencial, disminución de tamaño, o un valor afectivo, muestra de la actitud de hablante. En nuestro corpus es utilizado en 10 ocasiones de los cuales en 6 ocasiones aporta valor irónico. En las columnas de Antonio Burgos hemos identificado 6 usos de diminutivos (3 con sentido irónico), en las de Carlos Boyero y Maruja Torres 2 veces. Mientras que Carlos Boyero los utiliza con sentido irónico ambas veces, Maruja Torres solo en una ocasión y en otra en plano afectivo como signo de emotividad y por tanto de la actitud del hablante como en el siguiente ejemplo (38) de MT9.

(38) Desde una década después, y ya **muy viejita**, debo deciros que os envió este mensaje telepático desde la casa cairota de mi mejor amigo egipcio, adonde llegué ayer procedente de Túnez. La familia se ha reunido para celebrar el décimo aniversario de la caída de Mubarak, y yo he pasado el día con ellos. Maruja Torres, MT9

Con sentido irónico su empleo es también atenuativo porque sirve el columnista expresar su opinión de una manera indirecta y así rebajar la carga negativa, como en ejemplo (39) de AB3.

(39) Esto es lo que hay. Con el takatá chin chin pom pom de la reducción de gastos de Defensa, vámonos que nos vamos a dar sólo media vuelta al mundo: «Vámonos, vámonos, /con el crucero de "Elcano", /qué buque más gaditano,/ a Venecia del tirón». Y todo lo más lejos a Estambul, ya cositas que estén por aquí cerca, ¿eh?, a Londres, a Hamburgo, a Lisboa... Después de la conversión de la tradicional Vuelta al Mundo de «Elcano» en apenas una Media Vuelta a Europa, no me extrañaría que Carmen Chacón ordenara a nuestra Aviación que las gloriosas alas de España vuelen **bajito y despacito**, para no gastar gasolina y que dote al Ejército de Tierra del teléfono de Gila, para que reclamen al enemigo el obús que le han disparado, que nada más que tenemos uno y es de Huelva, colega. Antonio Burgos, AB3

d. El adverbio *casi* funciona como un operador aproximativo que devalúa la fuerza argumentativa. En nuestro corpus aparece en 6 ocasiones, una vez en las columnas de Carlos Boyero y Antonio Burgos, y en 4 ocasiones como (40) de IC8, en las columnas de Ignacio Camacho.

(40) Unos no encuentran trabajo antes de la treintena y otros lo pierden apenas pasados los cincuenta; puede tratarse de padres y de hijos a quienes la crisis está obligando a competir entre sí en un mercado cada vez más estrecho. Los sociólogos han empezado a hablar de la juventud contemporánea como una generación perdida, denominación de raíz literaria que embellece el drama con ecos de las vacías fiestas de Fitzgerald o del decadente y cálido universo de Faulkner, pero se trata de al menos dos: la de los jóvenes condenados a la precariedad bajo un forzoso síndrome de Peter Pan laboral y la de los adultos despojados prematuramente de la dignidad del empleo. Varios millones de españoles de diferente edad unidos por la angustia de un fracaso social capaz de desvertebrar un país.

**Casi** la mitad de los menores de treinta años está en paro, y uno de cada tres jubilados de 2010 procedía directamente del desempleo. En un millón bien largo de hogares españoles no hay ningún miembro con trabajo: la familia actúa como amortiguador de la quiebra a base de agrupar subsidios en una sola unidad de consumo. Por arriba y por debajo de la pirámide de población activa se están formando dos generaciones arruinadas, intimidadas por la posibilidad sería de expulsión del sistema o del aplazamiento indefinido de su integración. Es el retrato de una catástrofe.

e. El atenuativo *un poco* rebaja la fuerza argumentativa y se utiliza como un eufemismo para disminuir el efecto negativo. En nuestro corpus aparece en dos ocasiones, como (41) de CB9, en las columnas de Carlos Boyero.

(41) John Ford también pisó África para hablar de la caza. En realidad, creo que le interesaba más que filmar las costumbres de los animales salvajes volcarse en el retrato de esa mujer transparentemente fordiana que interpreta la más que guapa Ava Gardner, deslenguada, bebedora, volcánica, mordaz, sensual y perdedora. Gable, haciendo sin esfuerzo de gran machote, tenía que decidir si se quedaba con ella o con la delicada y meliflua Grace Kelly. Afortunadamente, recobraba la lucidez y elegía lo que haría cualquier hombre con buen gusto que supiera **un poco** de auténticas mujeres. Carlos Boyero, CB9

f. El léxico también puede contribuir a conseguir el efecto de la atenuación de la fuerza argumentativa de modo que puede situar en el punto inferior de la escala el elemento que modifica. En este aspecto, nos referimos a los casos de adjetivación y denominación

débil e indirecta. Son casos en los que el contenido léxico implica la calificación lo que conlleva una gradualidad floja.

En nuestro corpus tenemos 4 casos de denominación indirecta y débil y de adjetivación débil, de los cuales son 3 en las columnas de Maruja Torres y un caso en la columna de Antonio Burgos.

En el siguiente ejemplo (42) de MT1, tenemos un caso del uso de la denominación indirecta darle al asunto refiriéndose fumar y un ejemplo de la denominación débil con un sentido irónico que refuerza el sentido atenuativo.

(42) En el bar de mi esquina, en donde se fumaba, y mucho, hay un trasiego permanente de clientela que interrumpe la tertulia para salir a **darle al asunto** [fumar]. En otro de mis establecimientos predilectos se ha producido un cambio a mejor. Han abierto terraza. Terraza grande y muy concurrida. De ella proceden los ciudadanos que, a mi lado —estoy acodada a la barra, degustando unos excelentes chicharrones todavía permitidos—, introducen monedas en una máquina expendedora de cigarrillos y se van, felices, con sus cajetillas.

—¿Debería denunciar a alguien? —inquiero, lega todavía en los mecanismos de represión.

—Déjeles —replica mi vecino—. **Los pobres**. Maruja Torres, MT1

### 1.3. Recapitulación

Una vez establecido y fijado el marco teórico de referencia, el análisis de los datos se ha centrado en tres aspectos: en este capítulo hemos estudiado los marcadores de la argumentación, es decir, los recursos propios de la argumentación. En los capítulos siguientes estudiaremos los mecanismos relacionados con el carácter dialógico e interactivo de la argumentación: la representación de la figura del receptor y del emisor, y las manifestaciones de la cortesía verbal en ese juego dialógico.

En cuanto a los marcadores propios de la argumentación, consideramos las nociones de orientación argumentativa y fuerza argumentativa como marcadores propios de la argumentación.

En cuanto a lo que es la orientación, la continuación del discurso, es decir la dinámica discursiva, puede favorecer unas continuaciones del discurso e impedir



otras, así que se puede decir que la dinámica está orientada desde el punto de vista argumentativo en una dirección determinada. Además, el sentido de un fragmento de discurso reside en su orientación. En este sentido los enunciados pueden tener una relación de coorientación y de antiorientación. La primera implica que no existe ninguna exclusión semántica y que cada enunciado o parte es válido y necesario para la continuación del discurso. Sin embargo, la antiorientación supone una exclusión o refutación, tanto parcial como total, de la parte que no se considera relevante o válida (o en menor medida) para el resto del discurso.

El estudio de coorientación argumentativa se ha centrado en dos aspectos: por un lado, en relación de adición de la información y, por otro, en relación causal que abarca la relación de causa y la de consecuencia. En total se han encontrado 360 casos de argumentación por coorientación. El autor quien utiliza esta estrategia más es Carlos Boyero (141) mientras que los otros columnistas usan este procedimiento con una frecuencia menor: Antonio Burgos, 88 casos; Ignacio Camacho, 70 casos; Maruja Torres, 61 casos.

En cuanto a los dos aspectos considerados en este punto, hemos visto que la relación de adición tiene mayor uso entre todos los columnistas que la relación causal. Igual que en el caso de los resultados de la coorientación en general, es Carlos Boyero el autor que más hace uso de esta relación, 119 casos, mientras que en las columnas de otros autores tiene un uso menor: Antonio Burgos, 65 casos; Maruja Torres, 54 casos; Ignacio Camacho, 53 casos. Por otro lado, la relación causal tiene una frecuencia de uso bastante menor con respecto a la de adición: Antonio Burgos, 23 casos; Carlos Boyero, 22 casos; Ignacio Camacho, 17 casos, Maruja Torres, 7 casos.

El concepto de la antiorientación argumentativa implica una relación en la que una de las partes suprime o atenúa las conclusiones a las que se puede llegar, es decir, supone la ruptura de la orientación argumentativa de modo que lleva a las conclusiones opuestas. Por tanto, un elemento introducido posee también mayor fuerza argumentativa. Nuestro estudio se ha centrado en la relación adversativa y la relación concesiva que están directamente ligadas con la antiorientación argumentativa. Sin embargo, existe una diferencia importante. La relación concesiva no resulta operativa

aunque tiene una inferencia opuesta con respecto a lo que presenta la otra parte; mientras que la relación adversativa presenta un argumento con mayor fuerza argumentativa que el anterior y, por tanto, llega a ser válido para llegar a cierta conclusión.

A diferencia de la argumentación por coorientación que tienen una frecuencia bastante alta de aparición, la argumentación por antiorientación se utiliza con menos frecuencia, en 103 ocasiones. Los columnistas que más recurren a esta estrategia son Carlos Boyero (37 casos) y Ignacio Camacho (32 casos), mientras que Antonio Burgos y Maruja Torres un poco menos (19 y 15 casos respectivamente). En cuanto a la diferencia entre la relación adversativa y la relación concesiva, es la adversativa que tiene mayor frecuencia: Carlos Boyero, 27 casos; Ignacio Camacho, 26 casos, Antonio Burgos, 19 casos; Maruja Torres, 11 casos. Mientras que para la relación concesiva los datos son los siguientes: Carlos Boyero, 10 casos, Ignacio Camacho, 6 casos, Maruja Torres, 4 casos y en las columnas de Antonio Burgos no hemos encontrado ejemplos.

Como ya hemos visto, el proceso de coorientación argumentativa tiene mayor frecuencia de aparición lo que se podría interpretar teniendo en cuenta que el objetivo principal y la intención de los columnistas es llevar a sus lectores hacia la conclusión adoptando los puntos de vista expuestos en la columna. Por eso, los columnistas procuren ofrecer más argumentos que están entre enunciados que ya están estrechamente vinculados y que están orientados en la misma dirección.

A diferencia de los elementos que marcan la coorientación argumentativa, los recursos de antiorientación tienen una frecuencia más baja de aparición lo que se puede explicar por el hecho de que la antiorientación supone la ruptura de la orientación argumentativa de modo que lleva a las conclusiones opuestas aunque en el caso de la relación adversativa presenta un argumento con mayor fuerza argumentativa que llega a ser válido para llegar a cierta conclusión a diferencia de la relación concesiva que no resulta operativa.

Otra dimensión argumentativa considerada en esta tesis como un marcador propio de la argumentación es la fuerza argumentativa. Como ya hemos podido ver

algunos marcadores de la orientación no solo orientan los argumentos sino también indican mayor o menor fuerza del segmento que introducen. Para llevar a cabo el análisis de este aspecto, partimos de dos conceptos: intensificación y atenuación.

Con la noción de intensificación discursiva entendemos el conjunto de procedimientos lingüísticos encaminados a aumentar o enfatizar la importancia de la información y llevar al lector a la conclusión deseada. Es decir, "es un procedimiento de realce del contenido de un elemento" (Fuentes Rodríguez, 2006: 36).

En las columnas, la intensificación está relacionada con la intención del columnista de convencer al lector, de modo que resalta la parte del discurso y lo lleva al punto máximo de la escala. Los recursos para aumentar la fuerza argumentativa utilizados en las columnas son varios. Sin embargo, destacan los operadores de intensificación y los modificadores realizantes.

En el grupo de operadores de intensificación destacan algunos adjetivos y adverbios cuyo contenido léxico implica la gradualidad excesiva / de magnitudes, los superlativos, aumentativos y algunos elementos modales de reafirmación y operadores de focalización informativa.

Por otro lado, el concepto de la atenuación discursiva se puede definir como el conjunto de estrategias lingüísticas encaminadas a disminuir o devaluar la importancia de la información y así posicionar un argumento en el punto más bajo de la escala argumentativa. Según Fuentes Rodríguez la atenuación en el caso de la argumentación tiene como misión acercarse al oyente/lector con el fin de persuadirlo; atenuar el contenido que puede afectar negativamente a la imagen del lector o no ser aceptado por él o atenuar la fuerza asertiva para ser cortés (2002: 373).

En las columnas, las formas de intensificación de la fuerza argumentativa tienen mayor frecuencia de aparición lo que se podría interpretar teniendo en cuenta que el objetivo principal y la intención de los columnistas es llevar a sus lectores hacia la conclusión adoptando los puntos de vista expuestos en la columna.

En total se han identificado 484 casos de intensificación. La distribución por los autores es la siguiente: Carlos Boyero, 187 casos; Ignacio Camacho, 119 casos, Antonio Burgos, 98 casos; y Maruja Torres, 80 casos.

A diferencia de los recursos de intensificación argumentativa, los recursos que disminuyen la fuerza argumentativa tienen una frecuencia más baja de aparición lo que se puede explicar por el hecho de que el objetivo de los columnistas es que los lectores adquieran sus conclusiones y que, por tanto, procuren más a la estrategia de intensificación argumentativa.

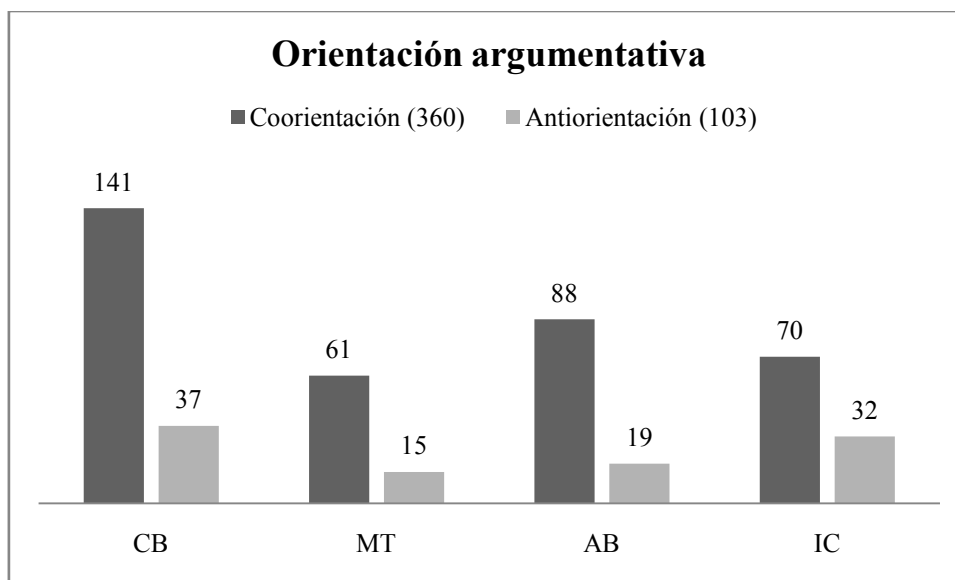
No obstante, aunque con los mecanismos de atenuación el lector se aleja de la conclusión, también en una cierta manera marca la suficiencia para llegar a la conclusión deseada y eso es una de las razones por las que se utiliza este recurso.

En total se han identificado 110 casos de atenuación argumentativa. La distribución por los columnistas es la siguiente: Carlos Boyero, 43 casos; Maruja Torres, 29 casos; Antonio Burgos, 26 casos; e Ignacio Camacho, 12 casos.

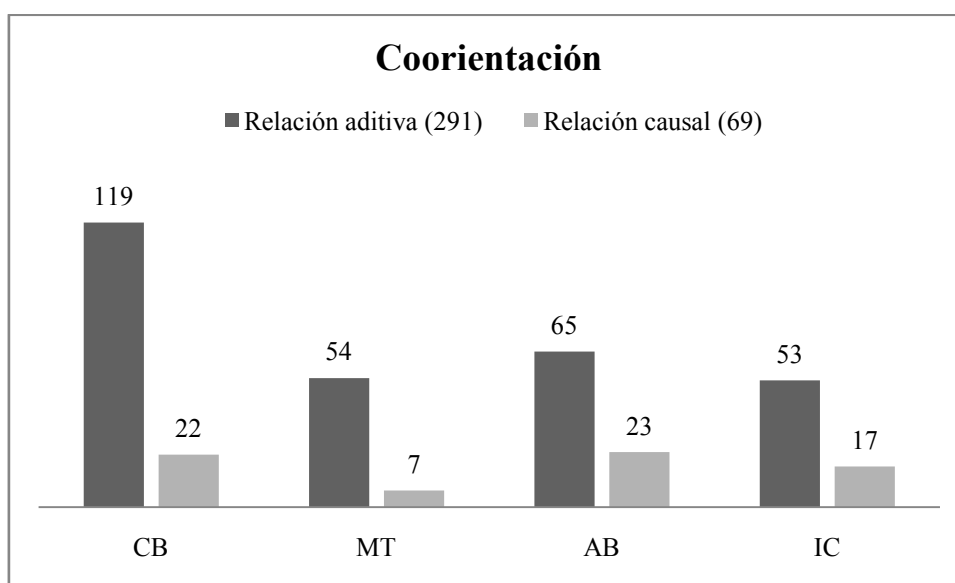
En la tabla siguiente podemos, se pueden ver los resultados resumidos una vez más y a continuación comentamos los aspectos más destacados.

<b>Marcadores de la argumentación</b>										
<b>Orientación argumentativa</b>					<b>Fuerza argumentativa</b>					
		CB	MT	AB	IC		CB	MT	AB	IC
<b>Coorientación</b>	<b>Relación aditiva</b>	119	54	65	53	<b>Intensificación argumentativa</b>	187	80	98	119
	<b>Relación causal</b>	22	7	23	17					
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>141</b>	<b>61</b>	<b>88</b>	<b>70</b>	<b>Total</b>	<b>484</b>			
<b>Antiorientación</b>	<b>Relación adversativa</b>	27	11	19	26	<b>Atenuación argumentativa</b>	43	29	26	12
	<b>Relación concesiva</b>	10	4		6					
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>37</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>32</b>	<b>Total</b>	<b>110</b>			

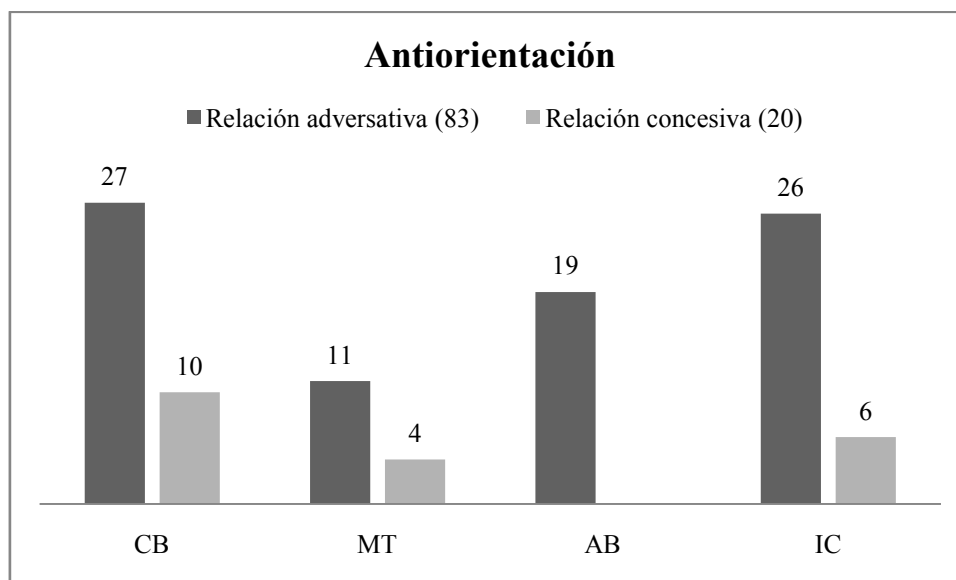
Como se puede ver, en cuanto a la orientación argumentativa, el proceso de coorientación argumentativa tiene mayor frecuencia de aparición que el proceso de antiorientación.



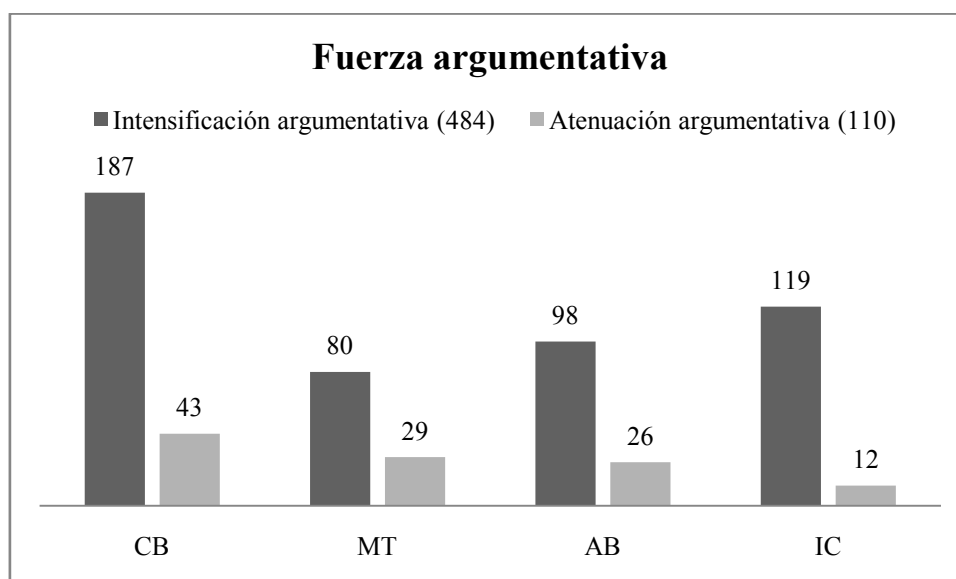
Como la coorientación implica que los argumentos están estrechamente vinculados y, por tanto, orientados en la misma dirección, ese recurso resulta más útil a los columnistas a llevar a sus lectores hacia la conclusión adoptando los puntos de vista expuestos en la columna. Eso comprueba también el mayor uso de la relación aditiva con respecto de la relación causal entre todos los columnistas.



En cuanto a la antiorientación, la relación adversativa tiene un uso predominante entre todos los columnistas con respecto a la relación concesiva.



En cuanto a la fuerza argumentativa las formas de intensificación de la fuerza argumentativa tienen mayor frecuencia de aparición que las formas de atenuación en las columnas analizadas de cada autor, lo que se podría interpretar teniendo en cuenta que el objetivo principal y la intención de los columnistas es persuadir y que los lectores adopten lo que se propone en la conclusión.



## 2. ARGUMENTACIÓN Y LOS INTERLOCUTORES

Como ya hemos podido ver en los capítulos anteriores la argumentación es un fenómeno discursivo complejo que supone el encadenamiento de unos argumentos hacia una conclusión. Por otro lado, la argumentación también implica la relación dialéctica entre un emisor y un receptor. Teniendo en cuenta estas dos dimensiones de la argumentación se puede decir que su objetivo principal es persuadir y convencer al receptor, es decir, llevarlo a una conclusión determinada. De este modo el acto de argumentar está relacionado con la intención del hablante de influir sobre el receptor en la comunicación y se convierte en un proceso que implica la realización del acto enunciativo, porque supone la presencia de receptor, estando condicionada por él (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2007: 17).

Por eso es importante tener en cuenta el carácter dialógico de la argumentación, tanto la figura del emisor como la figura del receptor forman parte de cualquier acto argumentativo. Recordamos que para Plantin (1990: 232): "La argumentación es dialéctica; su lenguaje no es un lenguaje de objetos sino un lenguaje habitado por los interlocutores y marcado por sus puntos de vista".

A continuación vamos a ver cuáles son los recursos lingüísticos relacionados con los interlocutores de la argumentación y qué función cumplen. En primer lugar, vamos a ver cómo se manifiesta la figura del emisor, los columnistas en nuestro caso, y cuáles son las manifestaciones de polifonía o la multivocidad del hablante. Y en segundo lugar, nos ocuparemos de la figura del receptor y los mecanismos que utilizan los columnistas para hacerle presente o hacer referencia a él en sus columnas.

### 2.1. Argumentación y polifonía

El concepto de polifonía ha permitido a Ducrot explicar la presencia de varias voces que figuran en un determinado discurso lo que es imprescindible para saber quién sostiene la argumentación y así ha contribuido a una descripción más profunda de

ciertos fenómenos discursivos. Por tanto, la polifonía se puede considerar como mecanismo definitorio de la argumentación (Cuenca, 1995: 31).

A través de la polifonía se manifiestan otras voces además de la propia del emisor que se presentan como argumento coorientado, de reafirmación, de base argumentativa, fuerza o bien de antiorientación y así orientan los textos hacia conclusiones (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 114, 117). En definitiva, "el recurso de la polifonía se constituye como un poderoso mecanismo argumentativo, ya que permite esconder bajo el discurso propio otras voces que permiten apoyar la propia visión o criticar la del contrario, muchas veces de forma implícita y no evidente" (Escribano Hernández, 2008: 214).

En el capítulo 4.2. de la primera parte de esta tesis (A) hemos recordado y detectado los conceptos claves de la Teoría de Polifonía desarrollada por Ducrot, que sostiene que la figura del emisor es más compleja de lo que se consideraba tradicionalmente y se fundamenta en una concepción teatral según la cuál la figura del emisor engloba tres figuras:

- El *sujeto empírico* o el hablante es la persona real, el autor y productor del texto.
- El *locutor* es el responsable del discurso y la figura a la que remiten las marcas de la primera persona (Ducrot, 1986: 198).
- El *enunciador* es la figura que se manifiesta a través de la enunciación que aparece como si expresara su punto de vista, su posición, su actitud, pero no en el sentido material del término (Ducrot, 1986: 208).

En las columnas nos hemos encontrado con varios procedimientos utilizados por los columnistas que implican la manifestación de distintas voces que se pueden ver de forma cuantitativa en las tablas que van a continuación. Después vamos a intentar explicar y comentar las manifestaciones del emisor y del receptor más significativas con



algunos ejemplos del corpus y el análisis completo de este aspecto, que está disponible en los [Anexos](#)<sup>139</sup>, p. 151 y ss.

---

<sup>139</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

Argumentación y los interlocutores					
Emisor					
Autores		Carlos Boyero	Maruja Torres	Antonio Burgos	Ignacio Camacho
Visión personal	1ª p.sg.	28 <i>Yo: 2</i>	44 <i>Yo: 2</i>	43 <i>Yo: 9</i>	1
<b>Total</b>		28	44	43	1
La voz de otros como apoyo	Elementos que indican que es algo compartido por toda la comunidad	<i>Por supuesto: 2</i> <i>Lógicamente: 1</i> <i>Seguro: 2</i>	En efecto: 2 Por cierto: 1	Claro: 1 Por supuesto: 1 Por cierto: 1	Claro: 1
	Argumentos de autoridad	2			2
<b>Total</b>		7	3	3	3
Desdoblamiento del locutor	Discurso reproducido	Directo:4 Indirecto: 2 Indirecto/diafonía: 9	Directo: 7 Diafonía: 1	Diafonía: 18 Directo: 15	Diafonía: 1
	Enunciados parentéticos	10	8 /6	6 / 4	13
	Ironía	10 Diminutivo con sentido irónico: 2	2 Diminutivo con sentido irónico: 1	2 Diminutivo con sentido irónico: 3	5
	Intertextos <sup>140</sup>	Refranes y proverbios		1	
<b>Total</b>		37	18	45	14
Impersonalidad	Estructuras impersonales	<i>Se: 1</i> <i>2ª p.s.: 15</i> <i>3ª p.pl.:</i> <i>Uno:</i> <i>3ª p.sg.: 1</i>	Estructura impersonal: 2	2ª p.sg.: 18 3ª p.pl: 17	3ª p.sg.: 3 2ª p.sg.: 3 Est. con <i>se</i> : 4
	Sujeto existencial o inespecífico: <i>alguien, cierta gente</i>	Un tal: 2 Alguno de ellos: 1 Algún + sust: 1 Unos y otros: 1	Algunos: 1		Cualquiera: 1 Unos: 1 Otros: 1
	Sujeto universal o genérico: <i>todo el mundo, la gente, uno</i>	Gente: 6 <i>mucha gente: 1</i> <i>Nadie: 1</i> Esa gente: 1	Gente: 1	Nadie 4 Todo el mundo 1 Muchos: 1	<i>Nadie: 1</i> <i>La gente: 1</i>
<b>Total</b>		31	4	41	15

<sup>140</sup> Incorporación explícita de otros textos

Argumentación y los interlocutores					
Receptores					
Autores		Carlos Boyero	Maruja Torres	Antonio Burgos	Ignacio Camacho
<b>Tratamiento</b>	Fórmulas de tratamiento	1ª p.pl.: 13	1ª p.pl.: 32 Ustedes: 2 Usted: 2 Vosotros: 10	1ª p.pl.: 47 Tú: 2 Usted: 6 Ustedes: 2 Vosotros: 16	1ª p.pl.: 9
<b>Total</b>		<b>13</b>	<b>46</b>	<b>73</b>	<b>9</b>
<b>Mecanismos de apelación</b>	Vocativo			Queridos: 4 Hombre: 2 Vamos: 2 Hijo mío: 1	
	Estructuras Imperativas	1	3ª p.pl.: 1 1ª p.pl.: 1 2ª p.pl.: 2	2ª p.pl.: 2 1ª p.pl.: 1	
	Estructuras exclamativas	2	1	5	
	Estructuras interrogativas	Pregunta retórica: 3	Pregunta indirecta: 3 Pregunta retórica: 2	Pregunta retórica: 11	
<b>Total</b>		<b>6</b>	<b>10</b>	<b>28</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>		<b>19</b>	<b>56</b>	<b>101</b>	<b>9</b>

Como ya podemos observar en la tabla de resultados, los columnistas que tienen un estilo más personal son Maruja Torres y Antonio Burgos, seguidos por Carlos Boyero, mientras que en las columnas de Ignacio Camacho es casi escasa expresión en primera persona singular. En cuanto a la manifestación de la polifonía y la manifestación de distintas voces en sus columnas, la distribución es un poco diferente porque son

Antonio Burgos y Carlos Boyero los columnistas que más recurren a esta estrategia, mientras que Maruja Torres e Ignacio Camacho lo hacen con una frecuencia menor. Lo mismo ocurre con el uso de las estructuras impersonales que, a diferencia de la expresión de la visión personal, tienen un efecto contrario, el de la desautorización.

Por otro lado, los recursos relacionados con la figura del receptor tienen mayor frecuencia de uso en las columnas de Antonio Burgos, tanto las fórmulas de tratamiento como los mecanismos de apelación. En cuanto a otros columnistas, se puede ver que Maruja Torres usa estos recursos aunque con una frecuencia menor, mientras que en las columnas de Carlos Boyero e Ignacio Camacho el uso es mínimo.

A continuación vamos a analizar esos procedimientos de una forma más cualitativa y ver en qué medida los columnistas expresan sus propios puntos de vista a través de las marcas de la primera persona singular, en qué ocasiones se sirven de elementos modales y de reafirmación para indicar que algo es compartido por la comunidad, en qué casos recurren a los procedimientos que implican el desdoblamiento del emisor y, al final, cuándo pretenden ocultar la figura del sujeto de la acción y a la vez la responsabilidad del hablante.

### **2.1.1. Visión personal**

Las columnas periodísticas tienen una tradición larga y se han convertido en un subgénero básico y más libre del periodismo de opinión. Una de las características principales de las columnas es que es un artículo firmado por eso conlleva una cierta dimensión personal y subjetiva. Por tanto, la visión personal del columnista, la expresión de la opinión y experiencia personal que implica la intimidad, la confidencia, la confesión de lo que ocurre es un recurso que resulta muy atractivo a la hora de convencer a los lectores.

Los verbos en la primera persona singular y otras marcas de la primera persona singular son las formas más comunes para situar lo dicho en un plano subjetivo y sin pretensiones de generalización. Son formas con las que los columnistas nos cuentan sus

propias experiencias, expresando a la vez su opinión y sus creencias. Estas formas subjetivas, por un lado, disminuyen la fuerza argumentativa y atenúan todo lo expresado manifestándolo explícitamente como su impresión personal y, por otro lado, constituyen una estrategia de cortesía ya que, de ninguna manera, ataca la imagen del otro.

En cuanto a la Teoría de la Polifonía y los constituyentes del "sujeto de enunciación" que distingue Ducrot (1986) las marcas de la primera persona singular en nuestro caso también designan que la figura del sujeto empírico y el locutor coinciden, es decir, el autor real del texto es responsable de lo que dice y se compromete con de todo lo que expone. De este modo el locutor "no sólo se responsabiliza del contenido de lo enunciado sino que al mismo tiempo se impone a los demás" (Calsamiglia y Tusón, 2008: 129).

En nuestro corpus, los columnistas que más utilizan las marcas de la primera persona singular y argumentan desde el punto de vista más personal y subjetivo son Maruja Torres y Antonio Burgos (43 casos de marcas personales en las columnas de cada columnista). Por otro lado, Carlos Boyero las utiliza un poco menos, en 28 ocasiones aparecen esas marcas, mientras que en las columnas de Ignacio Camacho hemos identificado solo un caso de manifestación del *yo*.

Este recurso permite situar el discurso en el plano personal y subjetivo que sirve como un marco en el que empieza la argumentación. Además es muy común arrancar el encadenamiento argumentativo ya en la parte introductoria desde el punto de vista personal tal como podemos ver en los siguientes ejemplos, (1) de MT1 y (2) de AB7.

(1) Como ya **me hice** mucho daño **a mí misma** durante las décadas en que **fumé** cigarrillos — lo **dejé** hace ocho años, y últimamente ya no **consumo** ni narguile—, **soy capaz** de convivir con los humos de los demás, aunque no con la apesosa presencia de las colillas trasnochadas, ni con la aberrante fragancia que el vicio deja en ropas y tapicerías.

**A mi alrededor**, en estos días primeros del cumplimiento de la nueva ley, **observo** a un gremio ligeramente preocupado: el de los porteros y porteras. “¡Faltan ceniceros!”, proclama la mía, erigida en portavoz ante mí de las del vecindario, hartas de barrer. En efecto, los afuera fumantes no tienen la precaución de hacerse previamente con un cenicero y, dada la carencia de tales adminículos en el mobiliario público, estaría bien que se trajeran uno de casa o que lo pidieran en el bar que abandonan periódica y frecuentemente para echar unas caladas. **No me cabe duda** de que la retirada de ceniceros de interior puede convivir perfectamente con,

pongamos, una especie de urna do podrían los fumadores hacerse con uno, y devolverlo tras depositar su contenido, previamente apagado, en la papelera más cercana. Maruja Torres, MT1

(2) Cuando **escucho** la indignación general por los pinganillos del Senado, como lo de pinganillo **me suena** fatal, al ya-me-entiendes, **me acuerdo** de Miguel Boyer y de su aparato. Cuando Boyer era ministro de Hacienda y en una intervención desde el banco azul del Congreso de los Diputados no acertaba a conectar el micrófono, y Gregorio Peces Barba, a la sazón presidente de la Cámara, **no sé** si previa consulta a Isabel Preysler, advirtió:

—Parece que al señor Boyer no le funciona el aparato. Antonio Burgos, AB7

Con respecto a la expresión de la visión personal hay que destacar el uso que se hace en las columnas del pronombre personal de la primera persona singular. Recordamos que en castellano no es obligatorio utilizarlo, así que en los casos que aparece marca, por un lado, un uso fuertemente enfático del sujeto y, por otro, oposición y contraste con otro elemento.

En nuestro corpus aparece en 13 ocasiones, 9 veces es utilizado por Antonio Burgos y 2 veces por Carlos Boyero y Maruja Torres, en caoso como (3) de AB8.

(3) En esta España de la titulitis, donde la Universidad es una fábrica de parados, pero, eso sí, con muchas diplomaturas, licenciaturas, doctorados y másteres, han debido de poner una Facultad de Ciencias del Progreso y **yo no me he enterado**. No veas la cantidad de progresistas que van por ahí presumiendo de serlo y viviendo de ello. Y perdonando la vida y llamando facha a todo el que no tiene la inmensa dicha de pertenecer a ese cuerpo de privilegiados que en nuestra nación detentan (que no ostentan) el poder, el prestigio, la razón y además el dinero, de trincar la tela arrimándose al perol. Antonio Burgos, AB8

No obstante, existen casos en los que los columnistas, a pesar de tener toda la libertad de expresarse, prefieren utilizar formas menos personales y subjetivas y recurren más a formas impersonales de modo que crean una cierta distancia de su discurso. Esos casos los vamos a ver a continuación en el apartado sobre el papel de la impersonalidad en la argumentación, pero ahora vamos a ver casos de polifonía en los que los columnistas además de su propia voz incorporan otras voces en su discurso.

### 2.1.2. La voz de otros como apoyo<sup>141</sup>

En el apartado sobre la fuerza argumentativa hemos analizado elementos modales de reafirmación como *en efecto*, *claro*, *por supuesto*, *desde luego* que además de reforzar el miembro que introducen como argumento y proporcionar mayor fuerza argumentativa, también permiten incorporar otra voz distinta a la del propio autor y presentar lo dicho como algo conocido y reconocido en la sociedad, como un principio en el que se basa la argumentación o como un argumento coorientado.

Por tanto, desde un punto de vista informativo, presentan una información conocida por todos; y desde el punto de vista argumentativo, el segmento introducido por estos elementos modales, como *en efecto*, se presenta como indiscutible y apela a la autoridad que le confiere la sociedad (Fuentes Rodríguez, 1995)

En nuestro corpus aparecen 12 veces elementos modales de reafirmación aparecen 12 veces y establecen un encadenamiento argumentativo entre dos enunciados apoyándose en un topos subyacente válido en la sociedad, que alude a la creencia común y que, por consiguiente, implica una voz que no coincide con la voz del columnista, como se aprecia en (4) de CB7.

(4) El primer capítulo lo dedican a Sam Giancana, el mafioso que poseía todas las llaves, el gran colega de Frankie, alias *La Voz*. Esas llaves le permitían ser fundamental para que el sonriente rubiales John Kennedy ganara las elecciones a la Presidencia a Dick *El Tramposo*, para que la CIA recurriera a sus impagables servicios intentando enviar a criar malvas al barbudo cubano. Y Edgar Hoover, el patriótico, chantajista, moralista, travesti clandestino y siniestro *boss* del FBI, declarando año tras año que no sabía nada de la existencia de la Mafia. Giancana, **lógicamente**, pactó compensaciones con el poder político, pero los muy traidores se olvidaron del trato una vez conseguido el cielo y el fiscal general Robert Kennedy se empeñó en acorralarle. Y seguimos sin saber quien se cargó a los Kennedy. **Seguro** que la conspiración fue variada, aunque la racionalidad sospecha que el desairado Giancana tendría algo que ver. Carlos Boyero, CB7

---

<sup>141</sup> El procedimiento llamado "la voz de otros de otros como apoyo" que engloba mecanismos que indican que algo es compartido por toda la comunidad lo tomamos de Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, (2002).

### 2.1.3. Desdoblamiento del locutor

El concepto de la polifonía explica la incorporación de diferentes voces que se pueden activar en el discurso. Hemos visto que las marcas de la primera persona singular en nuestro caso implican que la figura del sujeto empírico coincide con la figura del locutor. Sin embargo, Ducrot introdujo una tercera figura: la del enunciador que permite al locutor incorporar a su discurso una diversidad de voces lo que conduce a un desdoblamiento del locutor.

Los casos típicos en los que ocurre un desdoblamiento del locutor son el discurso reproducido que engloba el discurso directo e indirecto, estructuras parentéticas, la ironía y los intertextos.

En nuestro corpus hay en total 114 casos del desdoblamiento del locutor siendo Antonio Burgos el columnista que más recurre a este recurso (45 casos) seguido por Carlos Boyero, (37 casos) mientras que en las columnas de Maruja Torres y Ignacio Camacho tienen una frecuencia un poco menor (18 y 14 casos respectivamente). Ahora vamos a analizar los casos

#### 2.1.3.1. *Discurso reproducido*

Reproducir un discurso supone citar un aspecto o parte de otro discurso, en el propio. (Reyes, 2002: 7). Para Calsamiglia y Tusón (2008: 140) la cita es "procedimiento discursivo que incorpora un enunciado en el interior de otro con marcas que indican claramente la porción de texto que pertenece a una voz ajena". De este modo, las autoras distinguen dos componentes de la cita: discurso de base (D1) y discurso citado (D2), que implica que los responsables de la enunciación son dos locutores distintos. Por tanto, la dimensión polifónica del discurso reproducido se refleja en la introducción de un enunciado que corresponde a otro discurso.

Recordamos que se distinguen dos tipos de discurso reproducido: discurso directo y discurso indirecto. El discurso directo tiene una autonomía sintáctica y supone



una ruptura entre el discurso de base y discurso citado que se establece a través de un verbo que introduce el discurso citado y, por otra parte, el discurso indirecto también implica la introducción del discurso ajeno, sin embargo, no posee autonomía sintáctica dado que la cita corresponde a una oración de objeto directo que depende del verbo principal del discurso de base (García y Tordesillas, 2001).

En nuestro corpus los columnistas usan ambos procedimientos, que sirven para introducir las voces que provienen de diferentes fuentes y cumplen diversas funciones. Tanto en discurso indirecto como directo tienen una frecuencia bastante alta de aparición, en 31 y 26 ocasiones, respectivamente.

a. El discurso directo. Con este procedimiento los columnistas están buscando poner de manifiesto la veracidad y autenticidad para conseguir la fiabilidad y la autoridad en su argumentación. Así el discurso directo tiene más énfasis dado que se pone en primer plano. En el ejemplo siguiente, (5) de CB8, las citas directas son la base de la argumentación y sirven como un preámbulo para que el columnista exprese su opinión y conclusión final.

(5) Escucho, por masoquismo o por consuelo, una de las canciones más lúcidas que se escribieron en el siglo XX. Se titula *Cambalache*. Esa que dice: **"Que el mundo fue y será una porquería, va lo sé. Hoy resulta que es lo mismo ser derecho que traidor, ignorante, sabio o chorro, generoso o estafador. ¡Todo es igual, nada es mejor! El que no llora no mama y el que no afana es un gil. Es lo mismo el que labura noche y día como un buey, que el que vive de los otros, que el que mata, que el que cura, o está fuera de la ley"**. El autor se llamaba Santos Diescépolo. Quiera el diablo que muriera bien, a pesar de su amargura.

Y había otro, Góngora, que debía de ser arribista y ladino, odiado por Quevedo, ese hombre genial que también debió de ser un bicho, pero que hizo poemas perdurables sobre la verdad y la mentira como: **"Todo se vende este día, todo el dinero lo iguala, la corte vende su gala, la guerra su valentía. Hasta la sabiduría vende la universidad. Verdad". Y añadía: "Pensar que uno solo es dueño de puerta de muchas llaves. Y afirmar que penas graves las paga un mirar risueño. Y entender que son sueño las promesas de Marfira. Mentira"**.

Escucho de políticos más vulgares, llámense Rajoy (de acuerdo, siempre ha sabido lo que quiere el pragmático mentiroso) o Rubalcaba (de acuerdo, es inteligente, es serio, ofrece la única imagen poderosa en un partido empeñado en promocionar a cositas impresentables como Pajín, Blanco, Trinidad, Chacón), de ese individuo de voz aflautada, imposible de creer, Montoro, tan poco cinematográficos, tan cutremente realista, pero en posesión de esa cosa al parecer tan opiácea y definitiva llamada poder, que utilizan cotidianamente los términos verdad y mentira para legitimarse.

Y siento un asco impotente cada vez que unos y otros se justifican utilizando y manipulando esas cosas tan complejas de verdad y mentira. Malditos sean los farsantes, los posibilistas. Esa gente mentirosa que siempre enarbola la verdad. Carlos Boyero, CB8

Otra función del discurso directo en nuestro corpus está relacionada con la intención de imitar un diálogo para expresar acciones y caracterizar los personajes. De este modo el discurso obtiene más vivacidad y dramatismo y se hace más atractivo, como el (6) de MT1 y (7) de AB7.<sup>142</sup>

(6) En el bar de mi esquina, en donde se fumaba, y mucho, hay un trasiego permanente de clientela que interrumpe la tertulia para salir a darle al asunto. En otro de mis establecimientos predilectos se ha producido un cambio a mejor. Han abierto terraza. Terraza grande y muy concurrida. De ella proceden los ciudadanos que, a mi lado —estoy acodada a la barra, degustando unos excelentes chicharrones todavía permitidos—, introducen monedas en una máquina expendedora de cigarrillos y se van, felices, con sus cajetillas.

**—¿Debería denunciar a alguien? — inquiero, lega todavía en los mecanismos de represión.**

**—Déjeles — replica mi vecino.—Los pobres.** Maruja Torres, MT1

(7) Así pensaba también acerca de la palabra pinganillo un médico de la Beneficencia Provincial de Sevilla que estaba un día pasando consulta en el Real Hospital de San Lázaro cuando le tocó el turno a un humilde trabajador del campo que venía desde Utrera. El diálogo fue más o menos así. Entra el cateto, y el médico le dice:

**—Buenos días, usted dirá qué le trae por aquí.**

Y como entonces a los médicos se les daba el tratamiento de don y se les hablaba usted, y no se les partía la cara, el gañán, nervioso, retorciendo entre sus manos la gorrilla que se había quitado al entrar, le dijo:

**—Pues ná, don Rafaé, que me he lesionado en el «pinganillo».**

**—Desnúdese completamente de cintura para abajo** —le ordena tajante el médico. El bracero obedece y se baja pantalones y calzones blancos. Nuestro doctor, con las gafas de cerca en la punta de la nariz, inspecciona y examina cuidadosamente lo que el utrerano lleva colgando entre las piernas, lo toca, lo desencapucha y descapota, y concluye al punto:

**—Pues usted no tiene nada malo por aquí, buen hombre.**

A lo que el humilde campero, trabado por los pantalones en los tobillos y por el rubor del toqueteo, contesta:

**—No, don Rafaé, si es que yo me he lesionado en El Pinganillo, en la finca de Don Salvador Guardiola Fantoni allí en Utrera, sí, en el Cortijo El Pinganillo, que es donde voy a echar jornales, pero lo que me duele es el hombro, doctor, si de la gurrina yo estoy**

<sup>142</sup> En algún caso a pesar de la poda y el recorte del ejemplo para dejar lo estrictamente necesario, hemos preferido pecar por exceso para garantizar una interpretación textual precisa, aunque puede parecer de extensión excesiva para algunos lectores. Por tanto, la extensión de algunos ejemplos se debe a la intención de tener presente el contexto en el que se usa cierto mecanismo y así obtener una visión global y ver el sentido que tiene en la columna.

**superió...** Pues a mí con esto del pinganillo del Senado me pasa como al jornalero de la finca utrerana donde ahora mi condiscípulo jesuítico Jaime Guardiola Domínguez lleva la laureada Yeguada de la familia de los toros de El Toruño. A mí no me duele el pinganillo. A mí lo que me duele es el hombro. A todos nos duele el hombro de arrimar lo para pagar los impuestos que estos nolacos pocalachas dilapidan en paparruchas. Antonio Burgos, AB7

b. El discurso indirecto. Con este procedimiento igual que con el discurso directo se aporta veracidad y también le permite al hablante encadenar el discurso sobre la voz que retoma y mostrar su visión de lo dicho. (García y Tordesillas, 2001). Precisamente, por el fundamento del sentido impersonal, general.

En nuestro corpus sirve para sustentar la intención argumentativa en las palabras ajenas, de sentido generalizado, informal, con lo que se consigue legitimar el propio criterio y dirigir la opinión del receptor hacia determinadas conclusiones que se muestran de esta manera, como válidas y verdaderas (Escribano Hernández, 2009: 48). También se enfatiza lo expresado ya que se trata de la información que debería ser adquirida y compartida, como se ve en (8) de CB2.

(8) **Contaba Cohn-Bendit**, aquel señor judío con vocación incendiaria, medio alemán y medio francés, abominador de todas las patrias, líder de aquella revuelta sin muertos en el mes de las flores que puso tan nervioso al estado francés, **que vivió con estupor la paradoja de que se le llenaban los ojos de lágrimas cuando la exquisita selección francesa perdió contra los panzers alemanes** (como olvidar al feroz rottweiler Schumacher, aquella bestia gélida y disfrazada de portero, que envió arteramente durante tres meses al hospital a Battiston) **en la semifinal del Mundial de España**. La fuerza había vencido a la belleza, volvieron a ganar como casi siempre los villanos. Y el radical, el intelectual libertario que tenía claro en qué consistía el opio del pueblo, se sintió tan desolado como esos ultranacionalistas a los que tanto detestaba. Carlos Boyero, CB2

### 2.1.3.2. *Las estructuras parentéticas*

En el apartado sobre la fuerza argumentativa hemos mencionado las estructuras parentéticas que inciden en la relevancia de ciertas partes del discurso aportando una información adicional y así producen un efecto de intensificación y focalización. Se rompe la linealidad, pero se mantiene la coherencia porque lo que se dice está

directamente relacionado con el resto del texto, se trata de dos informaciones cruzadas que corresponden a un desdoblamiento del hablante: locutor-comentador (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 136). Las estructuras parentéticas son unos "comentarios que hace el hablante sobre su propio discurso, como distanciándose de él y juzgándolo a la vez que lo emite" (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 136).

En nuestro corpus estas estructuras aparecen en 37 ocasiones de los que 13 veces en las columnas de Ignacio Camacho, 10 en las de Carlos Boyero y en las columnas de Maruja Torres y Antonio Burgos un poco menos, 8 y 6 veces respectivamente.

Las funciones argumentativas que cumplen estas estructuras son diferentes.

- Puede introducir una aclaración que se presenta como un argumento que justifica la postura, como en (9) de IC2.

(9) Enfrente, el desgastadísimo Gobierno tiene a un partido sólido **—el PP mantiene el 84 por 100 de su respaldo y crece en estimación nueva—** con un líder que supera ya a Zapatero aunque su valoración global no sea para tirar cohetes. Y se ha extendido la aceptación del relevo con un carácter casi inevitable. La distancia se estrechará al final con toda probabilidad, pero perder 18 puntos de ventaja en quince meses sería un desastre político superior incluso al brusco descenso del británico Cameron. Improbable hasta para un líder tan gélido como el del PP. Ignacio Camacho, IC2

- Estas estructuras aportan más fuerza argumentativa y, a veces, suelen aparecer un modificador realizante. En este caso es el reformulador rectificativo, *mejor dicho*, el que introduce una formulación mejorada de la anterior siguiendo la misma línea argumentativa que queda reforzada, como en (10) de MT5.

(10) En todo caso, el excelente político catalán **-a veces, entre la excelencia y la soberbia no media más que un paso, o mejor dicho, un resbalón dialéctico-** ha abierto un interesante debate. ¿Qué clase de persona queremos tener en el Parlamento, representándonos? Les voy a decir a la clase de gente que no quiero ahí. Maruja Torres, MT5

- También puede ser un comentario con valor irónico, como el (11) de CB6.

(11) Viviendo permanentemente en la incertidumbre y la duda, con el desasosiego y la inseguridad que ello provoca, sentí un alivio grandioso cuando un monarca, condición opulentamente terrenal que obedece a un infalible designio de Dios, nos reveló en un discurso navideño y torrencialmente humanista, que la justicia era igual para todos. Viniendo esa

afirmación de boca tan sabia y ecuánime despejaba para siempre no solo el enraizado escepticismo de la plebe o la cínica confirmación de los poderosos de que la justicia ha tenido, tiene y tendrá distintos y lógicos criterios al dictar sentencia sobre los delitos que cometen los ricos (**aunque sus neuronas deben de ser ínfimas, cosa de pringaos, si se ven obligados a que les juzgue un tribunal**) y los pobres. La frase del monarca también niega esa sentencia transmitida a través de múltiples generaciones, esa ordinariez maximalista de que la sentencia siempre dependerá del humor, los intereses o los caprichos del muy humano juez que te haya tocado en el juicio. Como si eso fuera una vulgar lotería, desconfiando de la sagrada objetividad y el anhelo de verdad que resulta inherente a la condición de juez. Carlos Boyero, CB6

### 2.1.3.3. *La ironía*

Tradicionalmente la ironía se ha definido desde la perspectiva retórica que afirmaba que la ironía era decir lo contrario de lo que se quiere decir. No obstante, esta interpretación ha sido criticada por muchos autores. Por ejemplo, según Haverkate (1985), el concepto de *contradicción* no es suficiente para unificar todos los fenómenos irónicos porque la existencia de una contradicción no caracteriza a los enunciados como irónicos. Al contrario, existen enunciados irónicos con sentido figurado que no llevan una contradicción implícita de modo que no es un significado opuesto lo que indica la ironía, sino diferente.

En la literatura existen varias interpretaciones y teorías de la ironía. No obstante, nos limitaremos aquí solo a algunas que consideramos más relevantes y las que son de interés para el objetivo de análisis de esta tesis.

Así, desde la perspectiva pragmática, al emplear un enunciado irónico el hablante muestra su intención de comunicar algo y espera que el oyente infiera lo que se ha pretendido decir para poder entender el significado completo de su enunciación. Por eso hay que tener en cuenta el contexto lingüístico, el contexto situacional y el contexto sociocultural, porque solo recurriendo a uno de esos tres contextos, el receptor puede inferir el significado.

Uno de los enfoques pragmáticos que ha intentado explicar ironía es el Principio de Cooperación de Grice (1975) porque la ironía implica la violación de una de las

máximas que lleva a no cumplir el dicho principio. La violación de una de las máximas supone que se infieren las implicaturas que dan lugar a la ironía ya que los hechos no son veraces y no se enuncia lo que realmente se quiere decir.

La explicación de la ironía para La Teoría de la Relevancia se basa en el concepto de *eco* (Sperber y Wilson: 1981, 1986). Según Wilson y Sperber (2004: 265) "un enunciado es irónico porque es ecoico: la ironía verbal consiste en hacerse eco de un pensamiento o emisión que se atribuye de modo tácito, mediante una actitud distante y también tácita respecto a ella."

Otro enfoque es relacionado con la teoría de la polifonía de Ducrot (1986), que sostiene que hay dos significados en todo enunciado irónico, y que se ven como un fenómeno ecoico, puesto que se alude a un significado que no se encuentra en el enunciado y que se recupera como eco de algo dicho anteriormente. De este modo, la ironía supone la existencia de dos puntos de vista o dos voces inconciliables: uno se manifiesta, y el otro se recupera como eco de lo dicho anteriormente.

Para Ducrot (1986: 214) la ironía es "una figura que modifica un sentido literal primitivo para obtener un sentido derivado (como la litote transforma un sentido "un poco literal" en un sentido "muy" derivado), siendo la única diferencia que la transformación irónica es una inversión total". El autor francés analiza la ironía desde el punto de vista de la polifonía de la enunciación, de modo que con este mecanismo el locutor presenta la enunciación como producto del punto de vista de un enunciador, una voz distinta con la que no se identifica.

Para que nazca la ironía [...] hace falta "hacer como si" este discurso fuera realmente pronunciado, y pronunciado en la enunciación misma. Idea que procuro plasmar diciendo que el locutor "hace oír" un discurso absurdo, pero que lo hace oír como si fuera el discurso de otro, como un discurso distanciado (1986: 215).

De este modo, el enunciado irónico, en forma de eco o voz que el enunciador evoca, es una propuesta de interpretar un enunciado de forma distinta a la manifestada (Calsamiglia y Tusón, 2008: 340). Además, ese desdoblamiento del locutor crea un impacto al expresar la opinión ante los hechos y así orienta al locutor hacia las conclusiones que se consideran oportunas (Alcaide Lara, 2004: 185).

En nuestro corpus hemos encontrado 25 casos de ironía siendo Carlos Boyero el autor que más recurre a este mecanismo (12 casos), en ejemplos como (12) de CB4, seguido por Ignacio Camacho y Antonio Burgos (5 veces), mientras en las columnas de Maruja Torres aparece en 3 ocasiones.

(12) **¡Pobrecilla!**

Leí un reportaje **tan interesante como revelador** en este periódico que analizaba **el magisterio** de Esperanza Aguirre en estrategia populista, su capacidad para desviar la atención pública cuando la gente se puede encrespar (aunque habría que replantearse el significado del concepto gente al constatar desoladamente que sigue arrasando en las votaciones después de nueve años para dirigir la cosa pública en este Madrid que tanto le gustaría a Franco en el nada improbable caso de que resucitara) por alguna de las frecuentes barbaridades que escupe su **incontinente boquita**.

Nadie duda de que esta señora es altamente generosa con sus asesores, columnistas y tertulianos en jugosa nómina, o con esa cochambrosa Telemadrid dedicada exclusivamente a hacerle sonrojantes odas a su dueña y a tirarle de las orejas a sus insignificantes enemigos. Pero tanto derroche debería estar mínimamente justificado. Los sagaces cerebros de los mamporreros *aguirristas* deberían aconsejarle a la que les procura el sustento que pusiera freno a su libertaria espontaneidad. Puede ocurrir en estos tiempos sombríos en los que millones de personas deprimidas pasan sus lunes al sol, que alguno de ellos, con poco o nada que perder, con el subsidio de desempleo en agonía o ya fallecido hace torturante tiempo, se lance a la yugular de alguien que tiene la ofensiva y humillante desvergüenza de afirmar: “Ya no sé ni cuanto cobro”. Una grosera reiteración de aquella autodefinición tan graciosa que vomitó hace un par de años: “Soy pobre de pedir”.

**Tal vez esta señora pretenda reinventar el surrealismo para dinamitar el universo** y admire profundamente a Breton y a Buñuel, pero debería saber que eso puede entrañar riesgos físicos. Que se acuerde de lo que le ocurrió a la pobre María Antonieta, **aquella reina con tanto sentido del humor** que sugirió que comieran pasteles a los hambrientos que suplicaban pan. Y Divar afirma que sus gastos en Marbella eran una miseria y que no iba a hoteles de lujo, sino de cuatro estrellas. Que divertido es provocar. Pero, a lo mejor, hay que pagar una factura chungu por ello. Carlos Boyero, CB4

Tal como aparece en este ejemplo, (13) de AB3, un caso de diminutivo con valor irónico, hemos encontrado 6 casos más en nuestro corpus. 3 veces en las columnas de Antonio Burgos, 2 en las columnas de Carlos Boyero y en una ocasión en las columnas de Maruja Torres.

(13) Esto es lo que hay. Con el takatá chin chin pom pom de la reducción de gastos de Defensa, vámonos que nos vamos a dar sólo media vuelta al mundo: «Vámonos, vámonos, /con el crucero de "Elcano", /qué buque más gaditano,/ a Venecia del tirón». Y todo lo más lejos a Estambul, ya cositas que estén por aquí cerca, ¿eh?, a Londres, a Hamburgo, a Lisboa... Después de la conversión de la tradicional Vuelta al Mundo de «Elcano » en apenas una Media

Vuelta a Europa, no me extrañaría que Carmen Chacón ordenara a nuestra Aviación que las gloriosas alas de España vuelen **bajito** y **despacito**, para no gastar gasolina y que dote al Ejército de Tierra del teléfono de Gila, para que reclamen al enemigo el obús que le han disparado, que nada más que tenemos uno y es de Huelva, colega. Antonio Burgos, AB3

#### 2.1.4. Estructuras impersonales

A pesar del carácter personal y subjetivo de la argumentación y del hecho de que la argumentación sea un acto que surge de la responsabilidad del emisor, muchas veces se utilizan las estructuras impersonales como recurso retórico.

La impersonalidad supone la decisión del emisor de no determinar el sujeto agente que lleva a cabo la acción expresada por el verbo, pero no necesariamente implica la imposibilidad de expresarlo (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 139). Recordamos que el uso de este fenómeno lingüístico posee ciertas motivaciones pragmáticas de ocultar la figura del sujeto de la acción y crear "un efecto de objetividad y de "verdad" debido fundamentalmente a que se activa verbalmente un mundo de referencia" (Calsamiglia y Tusón: 2008: 127). Pero también se ha de tener en cuenta que la 'impersonalidad' supone una fundamentación en su supuesto de aceptación generalizada, impersonal, ¿universal? e apariencia.

En nuestro corpus las estructuras imperonales tienen frecuencia bastante alta de aparición, 91 casos, siendo Antonio Burgos y Carlos Boyero los columnista que más han utilizado estas formas (41 y 31 respectivamente), mientras que en las columnas de Ignacio Camacho las hemos encontrado en 15 ocasiones y en las columnas de Maruja Torres en 4. Las formas más claras de la expresión lingüística de este fenómeno utilizadas por los columnistas se detectan a continuación.

a. El uso de formas genéricas y de la tercera persona gramatical. Las formas recurrentes en nuestro corpus son *hay que* como en (14) de CB3 y *es de + verbo* como en (15) de MT2, que producen un efecto de despersonalización en el discurso.

(14) Solo se me ocurre encender la tele para distraerme con los informativos. **Hay que** ser tonto. Todo lo que ves y escuchas invita a la depresión. Ante el golpe de Estado en Egipto de



los pistoleros uniformados, aparece gente tan normal como desconsolada que hizo la revolución asegurando que no van a votar en unas elecciones amañadas. Las opciones son el antiguo y maquillado poder o los Hermanos Musulmanes. Están ahogando aquel fantasma que recorrió el norte de África, traicionando la inaplazable y hermosa rebelión en la granja. Carlos Boyero, CB3

(15) Sin embargo, aquí estamos, dispuestos a asistir a la brutal transformación de la economía subvencionista cubana en capitalismo competitivo, todo ello sin que mejoren las libertades, y a golpe de decreto. Si a Zapatero las bases se le rebelan por no haber cumplido aquella promesa de que el poder no le iba a cambiar, imaginen cómo debe de sentirse el funcionariado cubano, respetable segmento de la población -en el sentido de número también: con 1.300.000 personas angustiadas y sus familias se pueden hacer muchas cosas- que ahora, sin que existan los fundamentos previos, va a tener que ponerse a trabajar en la iniciativa privada. **Es de esperar** que el enorme espíritu de improvisación de los cubanos les ayude en este trance, pero **es de temer** que una vez más se sientan solos, desamparados, observados con lupa y amenazados con cualquier otra probable y novedosa decisión a cargo de la autoridad incompetente. Maruja Torres, MT2

b. Las estructuras con el pronombre “pseudoreflexivo *se*”, con la segunda persona del singular del verbo y la tercera persona del plural del verbo sirven para ocultar la figura del agente de la acción. Haverkate (1994: 131) llama esta estrategia desfocalización de deíctica, que desde el punto de vista de la argumentación implica una ambigüedad, de modo que todo lo que se afirma tiene validez y es admitido por todos sin reservas (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 141).

Con estas estructuras los columnistas minimizan su papel con el fin de no imponer su opinión y no perjudicar su relación con el interlocutor, en ejemplos como (16) de IC8.

(16) La mayoría de nuestra juventud contempla el debate de la reforma de pensiones con una lejanía indiferente; su prioridad es la inserción en un mercado laboral que los rechaza y la jubilación se les antoja una utopía casi ucrónica. La inquietud de la población adulta consiste en cómo mantener el empleo hasta una jubilación cada vez más distante, que para muchos mayores de 52 supone tan sólo la prolongación del paro. Con las condiciones actuales ya es heroico alcanzar en activo y sin interrupciones graves la edad de retiro; con las nuevas sólo llegarán a ella los funcionarios que hayan empezado a trabajar muy pronto. Para el resto se trata de una carrera de obstáculos en la que siempre se tropieza con alguna valla; una carrera en todo caso cada vez más corta, con un comienzo tardío, un final acaso prematuro y en medio la amenazante traba del despido y de la inestabilidad. De ese marco estancado de pesimismo social **sólo puede salirse** mediante una reactivación significativa y constante del empleo de la que no aparecen síntomas ni a medio plazo. Para evitar el colapso **se necesitan** entre tres y cinco millones más de nuevos cotizantes, pero la economía está en estado de coma y amenaza

con un largo estancamiento. Con un horizonte tan lejano, **la pregunta que cabe hacerse** es si la reforma de la jubilación puede tener sentido en un tejido laboral destrozado o si una medida así, en ausencia de recuperación, sólo sirve para transferir el problema de las pensiones al desempleo. Ignacio Camacho, IC8

En cuanto a las formas con la segunda persona singular, en casos como (17) de AB8 estas formas también suponen que la figura del emisor queda oculta lo que implica una interpretación genérica.

(17) Son progresistas con carné. Un carné maravilloso, porque no es por puntos, como el de conducir, y **no te lo quitansi eres** un baranda que **le das** una subvención a la empresa de **tu hija o metes la mano** en el cajón o en la cal viva. Bueno, les pasa como a los fachas con carné, también sin puntos, pero a la inversa. **Si eres** un facha con carné y, por ejemplo, **sacas** a España de la ruina en la que la dejaron los progresistas, enderezas la economía, **creas** millones de empleos y **logras** el respeto internacional, como hizo Aznar, el carné de facha **no te lo quita nadie**. Antonio Burgos, AB8

Otra forma de dejar fuera del discurso tanto la figura del emisor como la del receptor son las estructuras en tercera persona plural. En nuestro corpus el columnista que más utiliza este recurso es Antonio Burgos como podemos ver en el siguiente ejemplo, (18) de AB10.<sup>143</sup>

(18) **Primo de Rivera**

**Cuando hablan de** Primo de Rivera ya **no se refieren a** Joaquín Primo de Rivera y Pérez de Acal, Brigadier del Ejército Real y Gobernador de Maracaibo, que se posesionó de los establecimientos de Guinea Ecuatorial para la corona de España.

**Cuando hablan de** Primo de Rivera ya **no se refieren a** su hijo, José Joaquín Primo de Rivera y Ortiz de Pinedo, que destacó por su valentía en los Sitios de Zaragoza y en la campaña contra el Ejército de los Andes en Chile, presidente de la Junta del Almirantazgo, Jefe de Escuadra de la Real Armada, comandante general del Apostadero de La Habana, ministro de Marina y senador por Cádiz, donde murió en 1853.

**Cuando hablan de** Primo de Rivera ya **no se refieren a** su hijo, Fernando Primo de Rivera y Sobremonte, primer marqués de Estella y primer conde de San Fernando de la Unión, distinguido con la Laureada de San Fernando, que combatió en la guerra carlista y dirigió la toma de Estella, por lo que Alfonso XII le concedió la merced nobiliaria de marqués de la citada villa navarra, y que marchó luego a Filipinas, distinguiéndose en la lucha contra el insurrecto Aguinaldo y fue posteriormente ministro de la Guerra en los gobiernos de Antonio Maura y Eduardo Dato.

<sup>143</sup> En este caso, de manera excepcional, se recoge toda la columna por el uso casi exclusivo y general de esta estrategia argumentativa. En este ejemplo se aprecia la función de fundamento ¿universal? de la impersonalidad, algo que todos dicen y que todos aceptan.

**Cuando hablan de** Primo de Rivera ya **no se refieren a** su hijo, Fernando Primo de Rivera y Orbaneja, militar de Caballería, que tuvo uno de sus primeros destinos en el legendario Regimiento de Cazadores de Taxdirt y ascendido ya a teniente coronel fue segundo jefe del Regimiento de Cazadores de Alcántara número 10, cuyos escuadrones tenía desplegados frente a los moros cuando sobrevino el Desastre de Annual, hallando heroicamente la muerte en el sitio Monte Arruit.

**Cuando hablan de** Primo de Rivera ya **no se refieren a** su hermano, el general Miguel Primo de Rivera y Orbaneja, segundo marqués de Estella, séptimo de Sobremonte y Grande de España, que de capitán ganó en África la Laureada, que con su visión estratégica puso fin a las guerras de Marruecos y que al frente de su Directorio Militar modernizó España, en la etapa de mayor esplendor económico del reinado de Don Alfonso XIII.

**Cuando hablan de** Primo de Rivera ya **no se refieren a** su hijo, José Antonio Primo de Rivera y Sáenz de Heredia, fundador de Falange Española, asesinado por el Frente Popular en la cárcel de Alicante en 1936. **Ni se refieren** a su hermana, Pilar Primo de Rivera y Sáenz de Heredia, fundadora de la Sección Femenina de Falange. Ni a su hermano Fernando Primo de Rivera y Sáenz de Heredia, militar de Caballería y aviador, preso en la Cárcel Modelo de Madrid y asesinado en 1936. **Ni se refieren** al hijo del últimamente citado, Miguel Primo de Rivera y Urquijo, vulgo Miguelito Primo, III Duque de Primo de Rivera y V Marqués de Estella, que al servicio del Rey Don Juan Carlos jugó un importante papel en el desmontaje de las instituciones de la dictadura de Franco para que España alcanzara la democracia.

Ahora, **cuando hablan de** Primo de Rivera (y no culpen a la Memoria Histórica) **se refierentodos** exclusivamente a José Antonio Canales Rivera. Es el único y verdadero Primo de Rivera que existe hoy en España.

Porque es el Primo de Rivera...Ordóñez.

¡Anda que no le está sacando nada a ser el Primo de Rivera! Más que Don Miguel, José Antonio, Pilar y Miguelito juntos. Antonio Burgos, AB10

c. El uso de formas con interpretación genérica o inespecíficas en la que, aunque se exprese un sujeto, el 'yo' sigue siendo oculto o indeterminado. Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2002: 140) distinguen dos tipos de sujetos que implican esa indeterminación. Por un lado, está un sujeto genérico o universal (*todo el mundo, la gente, uno*) que conlleva una despersonalización en el discurso, lo que provoca una interpretación genérica y generalizadora, como en (19) de AB1.

(19) Casi **nadie** se toma ya el trabajo de traducir a pesetas el disparatón de lo que cuesta cualquier producto o servicio, y por eso **nadie** se lleva las manos a la cabeza. Con la entrada en el euro admitimostodos una inflación técnica que así nos va: olvidando la cotización de las 166 pesetas, **todo el mundo** hizo su tabla de equivalencia: 1 euro=1 moneda de 100pesetas. Padecemos la sinvergonzonería nacional del que llamaron «redondeo». Antonio Burgos, AB1

Por otra parte, también existe sujeto existencial o inespecífico (*alguien, cierta gente*) que supone que existe por lo menos un individuo que satisface un enunciado de la oración como en 20 de IC5. Ambas formas pueden resultar muy eficaces desde el punto de vista de la argumentación, por su posible interpretación de fundamento o hipótesis ¿universal?

(20) En la democracia sana el concepto de dimisión está ligado al de responsabilidad política y al de dignidad moral. **Cualquiera** puede equivocarse en el desempeño de una función pero los servidores públicos depuran con la renuncia sus errores o los de sus subordinados, como forma de demostrar que sus cargos representan funciones eventuales al servicio de los ciudadanos. Cuando ese efecto de error-dimisión no se activa de forma natural se produce un vicio de corrosión en la política, degradada a un mero mecanismo de ocupación del poder. Así ocurre desde tiempo inmemorial en España, donde el régimen de libertades no acaba de desprenderse de los tics del caciquismo y de la dictadura, y donde la asunción voluntaria de responsabilidades se considera un deshonor, una derrota y una concesión inaceptable al adversario. Ignacio Camacho, IC5

## 2.2. La figura del receptor en la argumentación

Como ya hemos dicho, el carácter dialógico de la argumentación implica que la figura del receptor es igual de importante que la figura del emisor. En las columnas periodísticas que son nuestro objeto de estudio, la expresión de la opinión por los columnistas está relacionada con la incidencia en la opinión del receptor. El objetivo primordial de los columnistas es que los lectores lleguen a las conclusiones que ellos proponen. Por tanto, podemos decir que las columnas tienen función fática y apelativa. Primero hay que llamar y captar la atención de los lectores y, después, hacer que acepten por convicción o persuasión lo expuesto en la columna que se convierte así en una manifestación de poder blando según Joseph Nye por su condición de propuesta razonada y argumentada.<sup>144</sup>

Teniendo en cuenta eso, el análisis se ha centrado en las fórmulas de tratamiento y en los mecanismos de apelación e interacción con los lectores. Primero vamos a ver

---

<sup>144</sup> Joseph Nye (2002) distingue dos formas de ejercer el poder: ‘poder duro’ (*hard power*) que se define como la capacidad de obligar a los demás a hacer por la fuerza lo que uno quiere que hagan, en contra de su voluntad, por tanto, se identifica con el ejercicio de la coerción; y ‘poder blando’ (*soft power*) que, por el contrario, se define como la capacidad de convencer a los demás por las buenas para que quieran hacer, por sí mismos, lo que uno quiere que hagan.

qué fórmulas de tratamiento utilizan los columnistas, si es un trato formal a través de la forma *usted* o *ustedes* o más informal utilizando la forma de segunda persona singular o plural. A continuación, vamos a ver de diferentes recursos de apelación en qué medida se utilizan vocativos, enunciados imperativos, exclamativos o interrogativos.

### 2.2.1. Fórmulas de tratamiento

Haverkate (1994: 214) distingue dos categorías de referencia específica: pronominal y focalizadora. Ahora vamos a ocuparnos de la referencia pronominal que se actualiza con los pronombres de tratamiento y, en el siguiente apartado nos ocuparemos de la referencia focalizadora. Recordamos que las formas de tratamiento del receptor pueden ir desde un trato más formal y distante expresado con la forma *usted* o *ustedes* (en español peninsular) hasta un trato más informal, familiar y próximo expresado con los pronombres de segunda persona singular o plural (*tú* / *vosotros*).<sup>145</sup>

En nuestro corpus de los 40 casos solo en 12 se presenta una forma *usted* o *ustedes* utilizada por Antonio Burgos y Maruja Torres (8 y 4 casos respectivamente), mientras que las formas que corresponden a la segunda persona singular y plural se usan en 28 casos otra vez con los mismos autores (16 y 10 casos respectivamente). No obstante, en las columnas de Carlos Boyero y de Ignacio Camacho no hemos encontrado casos de un trato formal a través de la forma *usted* o *ustedes*, o de las formas que corresponden a la segunda persona singular o plural.

a. El uso de *tú* / *vosotros*. En nuestro corpus es uso de esta forma de tratamiento tiene la función de acercarse a los lectores e incluirles de forma personal y afectiva y así reflejar la familiaridad en la relación, como en (21) de MT9.

(21) Desde una década después, y ya muy viejita, **debo decir** que **os envío** este mensaje telepático desde la casa cairota de mi mejor amigo egipcio, adonde llegué ayer procedente de

---

<sup>145</sup> Dado que las columnas y columnistas objeto de estudio son de la variante de español peninsular, las formas de tratamiento se refieren, claro, exclusivamente, en esta variante de la lengua y no a otras formas de tratamiento de otras variantes del español.

Túnez. La familia se ha reunido para celebrar el décimo aniversario de la caída de Mubarak, y yo he pasado el día con ellos. Maruja Torres, MT9

b. El uso de *usted / ustedes* implica respeto y destaca el papel de consideración respetuosa hacia los lectores. El columnista se sitúa en una posición inferior aparentemente, porque no quiere que su trato se interprete como demasiado agresivo. Más bien lo que pretende es llamar la atención sobre algo importante según él y ofrecer un punto de vista diferente a sus lectores, como se aprecia en (22) de AB4.

(22) Si en esta ola totalitaria de prohibicionismo que padecemos (y que va a terminar haciendo liberal a Franco) tanto velan por nuestra salud que acabarán fusilando a quien ose encender un cigarrillo al lado de un niño chico, no sé a qué viene la barra libre de publicidad farmacéutica de medicinas sin receta que nos ametralla desde la TV. **Cuando peguen** una sentada ante la tele a la hora de la cena, **hagan** la prueba. Provistos de papel y lápiz, **anoten** una palito cada vez que la pantalla se ponga en azul y aparezca el aviso: «Lea las instrucciones de este medicamento y consulte al farmacéutico». En un «Volvemos en 5 minutos» cualquiera de pausa publicitaria, en ese papel en blanco **usted hará** más palitos que muescas de combos malos abatidos tenía Gary Cooper en las cachas de su Colt 45 en el cine de verano del pueblo. ¡Qué cantidad de publicidad farmacéutica, Dios mío de mi alma! Yo no he visto más anuncios de medicinas que en la televisión de esta cuesta de enero, mes de los resfriados mal curados... quizá precisamente por las automedicaciones que fomenta esta peligrosa publicidad indiscriminada, que no sé por qué no prohíbe este Gobierno que nos organiza la vida en todo y todo lo controla. Antonio Burgos, AB4

c. El uso de primera persona plural, *nosotros*. Según Ducrot (1986: 198) con esta forma pronominal los columnistas "pretenden construir una sola persona moral, y hablar con una sola voz: su pluralidad aparece fundida en un personaje único que engloba a los diferentes individuos".

Este uso se conoce como "inclusivo" porque incorpora tanto la figura del receptor como la figura del emisor y su función en las columnas periodísticas es buscar la complicidad de los lectores, para involucrarlos en su punto de vista (Calsamiglia y Tusón, 2008: 130).

La forma de la primera persona plural es la que más utilizan los columnistas para referirse a los lectores e incorporarles en el discurso. Es más utilizada por Antonio

Burgos en (47 casos) y por Maruja Torres (32 casos), mientras que Carlos Boyero y Ignacio Camacho utilizan un poco menos (13 y 9 casos respectivamente), esta estrategia de una 'aparente' impersonalidad como la de (23) de AB9.

(23) Los tartajas tenemos muy mala prensa. Estamos desprotegidos socialmente. Nadie nos considera «disminuidos locucionales», por lo que **no tenemos** ni plaza reservada en los aparcamientos. Se burlan de nosotros, como la Familia Real Inglesa se reía de Ber, Ber, Bertie. Antonio Burgos, AB9

### 2.2.2. Mecanismos de apelación

Recordamos que el carácter dialógico de la argumentación implica que la figura del receptor es igual de importante que la figura del emisor. Las columnas periodísticas, como género periodístico opinativo, a través de la expresión de la opinión de los columnistas tratan de incidir en la opinión del receptor porque el objetivo principal es que los lectores llegen a las conclusiones propuestas. Por tanto, las funciones fática y apelativa esenciales de Jakobson que se realizan mediante diferentes recursos lingüísticos y pragmáticos. A continuación, vamos a ver en qué medida se utilizan vocativos, enunciados imperativos, exclamativos o interrogativos.

En el apartado anterior hemos mencionado que Haverkate (1994: 216) distingue entre referencia pronominal y referencia focalizadora que "se expresa primordialmente con frases vocativas, se basa en la enfatización de la identidad del interlocutor, de modo que constituye la imagen reflejada de la referencia desfocalizadora".

En este punto el autor dice que la referencia al hablante se puede hacer desde dos perspectivas: la egocéntrica y la no egocéntrica. La primera es incompatible con el concepto de cortesía porque es una manifestación de la autoridad del hablante. No obstante la focalización no egocéntrica sirve para reforzar la dignidad del interlocutor y manifestar cortesía.

En nuestro corpus hemos identificado 6 manifestaciones de la focalización no egocéntrica, que hace referencia al interlocutor. Todos los ejemplos de dicho fenómeno

son utilizados por Antonio Burgos. Así el columnista usa enfocadores de alteridad *hombre* y *vamos* en dos ocasiones y el vocativo *queridos*, repetido cuatro veces en un ejemplo, (26) de AB2 que aducimos más adelante.

a. Enfocadores de alteridad son unidades como *hombre*, *bueno*, *mira*, *oye*, *vamos* que coinciden porque pueden apuntar al emisor, como en el caso de *hombre* o los interlocutores en el caso de *vamos* (Zorraquino y Portolés, 1999: 4171). Estos elementos se conocen también como apoyos enunciativos que además de señalar el modo de la enunciación y la figura del hablante, realzan el contenido informado y se emplean como focalizadores (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 237-239).

Con el uso de *hombre* el discurso se orienta hacia el emisor enfocando su actitud emotiva, afectiva y sentimental (Landone, 2009: 159). Aunque el discurso apunta al columnista, este elemento le permite atenuar el efecto de posible disconformidad que lo que expresa pueda provocar en sus lectores, como en (24) de AB5.

(24) Todos hemos conocido a una anciana monja de las Hermanas de la Cruz que trató a Sor Angela de la Cruz, que ya es Santa Angela de la Cruz, y que contaba anécdotas de la fundadora. En esta sociedad cada vez más laica, cuyo Evangelio es la Wikipedia, haber visto a un santo sigue teniendo al menos el interés del fetichismo y de la mitomanía. **Hombre**, no es que los santos firmen balones como Messi, pero haber conocido en persona a un santo es para algunos algo tan prodigioso como los testimonios de sus virtudes heroicas. Antonio Burgos, AB5

Por otro lado, con *vamos* el columnista pretende incorporar los lectores en la misma esfera enunciativa, favorecer la comunión con su discurso y resaltar la idea fundamental a la que lleva su argumentación (Zorraquino y Portolés, 1999: 4178). Con este elemento, el columnista se orienta hacia los lectores con la intención de llamar la atención con respecto a lo que expresa, tal como se aprecia en (25) de AB8.

(25) Pero evidentemente, en la judicatura y en la comunicación, en la enseñanza y en la medicina, progresista en España es hoy una especialización, una profesión como otra cualquiera. Progresista suena a profesión. Como escayolista, economista, taxista, anestesista, documentalista, ebanista, pianista o futbolista: progresista. De ahí que España se haya llenado de progresistas profesionales, que le sacan una pasta al oficio.

En esta tesitura de volverán encuestas victoriosas y de hambre y sed de justicia, digo, de urnas, me encontré el otro día con un profesional de éstos, que me dijo:

—Yo no puedo votar al PP, porque soy progresista.



**Vamos**, como el militar que te dice que no puede afiliarse a un partido porque es comandante. Antonio Burgos, AB8

b. El vocativo *queridos* aparece repetido cuatro veces en una columna que tiene forma epistolar. En este ejemplo, el vocativo no solo cumple la función de apelar a los lectores y llamar su atención, sino también la de "llamar la atención sobre algo de lo dicho o sobre el acto mismo de decir" (Bañón, 1993: 27), tal como se ve en (26) de AB2.

(26) **Queridos** Niños, **queridos** Padres, **queridos** Tíos, **queridos** Abuelos: os extrañará que os pongamos esta carta, justo en contra flecha de la costumbre, pues todas son misivas dirigidas a los Reyes Magos, y ninguna de nosotros a quienes creéis en la suprema magia de nuestro Reino de Oriente. No os extrañe, pues, que os pongamos esta carta. No queremos quedar con vosotros tan mal como los Corintios o los Tesalonicenses con San Pablo, que se hartó el hombre de ponerles epístolas y venga epístolas, y no tuvieron los muy maleducados ni la delicadeza de ponerle cuatro letras acusándole recibo. Por medio de la presente acusamos recibo de todas las cartas con vuestras peticiones, y cumplimos, por nuestra parte, con la rúbrica de costumbre en ellas. Antonio Burgos, AB2

Otra forma de apelar a los lectores es el uso de las oraciones interrogativas, exclamativas e imperativas, que son muy habituales en la argumentación. Su función puede variar según el tipo de discurso. En general, desde el punto de vista de emisor tienen función enfática y expresiva porque se relacionan con la manifestación de la opinión y desde la perspectiva del receptor, tienen la función apelativa porque sirven para llamar la atención.

En cuanto al discurso escrito, que es nuestro objeto de estudio, tanto las estructuras interrogativas como las estructuras exclamativas "permiten textualizar la figura del receptor, hacerlo presente en el discurso, y por otro, vehiculan la opinión del emisor y su posición respecto a lo que dice" (Cuenca, 1995: 31). Veamos a continuación el uso de las columnas de estas modalidades enunciativas, que manifiestan la función apelativa de Jakobson.

a. Las estructuras interrogativas. Tradicionalmente una oración interrogativa se ha definido como aquella que sirve para efectuar una pregunta. Sin embargo, si la finalidad de una pregunta es solicitar una información, resulta claro que ni todas las interrogativas son preguntas, ni todas las secuencias que pretenden que el destinatario proporcione una

determinada información tienen que presentar, necesariamente, una formulación interrogativa (Escandell, 1999: 3931). Desde el punto de vista de la pragmática, Escandell(2006: 182)define las oraciones interrogativas como aquellas que tienen un estructura proposicional abierta y sus valores dependen de la intención del emisor y de las condiciones que le rodean.

A diferencia de la perspectiva semántica que supone que las interrogativas contienen al menos una variable sin explicar, este tipo de enunciado no necesariamente implican una petición de información. En general, los enunciados interrogativos que aparecen en nuestro corpus no tienen la función de preguntar. Recordamos que a este tipo de preguntas la gramática tradicional denomina como preguntas retóricas. Su función es apelativa con el fin de incorporar la figura del lector al discurso y llamar su atención e interaccional con el fin de "mantener buenas relaciones sociales con su interlocutor" (Escandell, 2006: 186).

Además de la función apelativa e interaccional, por otro lado, las preguntas retóricas desde el punto de vista comunicativo "tratan de hacer admitir al destinatario la presuposición que contienen, de obtener de él una confirmación (Escandell, 1999: 3985).

En nuestro corpus hemos identificado 16 casos de preguntas retóricas, 11 casos en las columnas de Antonio Burgos, 3 en las columnas de Carlos Boyero y 2 en las columnas de Maruja Torres que cumplen varias funciones, que destacamos.

- La característica común de todas las interrogativas es una incógnita que contienen y, por tanto, la interrogación solo actúa sobre los constituyentes que ocupan el primer plano informativo, caracterizados como *foco* (Escandell, 1999: 3934). Así, una de las funciones principales de las oraciones interrogativas es la introducción de una información nueva que en el plano de la argumentación se puede interpretar como un recurso que refuerza la dinámica dialógica con los lectores introduciendo nuevas informaciones de las que se hablará, como en (27) de CB10.

(27) Pero si con un balón en sus pies este hombre fue muy bueno, dirigiendo al equipo de su alma ha sido genial. Siguió practicando en su comportamiento la racionalidad, la elegancia, el respeto a sí mismo y a los demás (incluidos los que no se lo merecen), pero lo que hizo entrenando al Barcelona era puro arte, pura magia. Excepto para los espíritus cerriles o corroídos por eso tan devastador de la envidia, la agradecida memoria de cualquier persona que ame el fútbol recordará dentro de infinitos años y transmitirá a las generaciones que no contemplaron ese cotidiano milagro, que el fútbol fue precioso durante cuatro años.

**¿Qué va a hacer el abyecto villano ahora que se ha retirado el héroe?** Ese héroe cansado y al que le ocurre eso tan humano de sentirse vacío, que se larga con dignidad cuando está en derrota e imagino que con la certeza de que aunque vuelva a triunfar en otros equipos, lo que ha representado este Barcelona es irreplicable. Es probable que hasta los más tontos del lugar, los que le calificaban desdeñosamente de meacolonia y de estar interpretando continuamente un papel, acaben echándole de menos. Yo nunca me canso de ver actuar a Cary Grant. Y seguro que también poseía un lado oscuro. Gracias por todo, admirable Guardiola. Carlos Boyero, CB10

Con esta función de introducir un nuevo tema hemos encontrado el ejemplo (28) de MT2, de pregunta indirecta que, además, refuerza la apelación al lector a través de los sentidos con el verbo de percepción *imaginar* en imperativo.

(28) Sin embargo, aquí estamos, dispuestos a asistir a la brutal transformación de la economía subvencionista cubana en capitalismo competitivo, todo ello sin que mejoren las libertades, y a golpe de decreto. Si a Zapatero las bases se le rebelan por no haber cumplido aquella promesa de que el poder no le iba a cambiar, **imaginen cómo debe de sentirse el funcionariado cubano, respetable segmento de la población -en el sentido de número también: con 1.300.000 personas angustiadas y sus familias se pueden hacer muchas cosas- que ahora, sin que existan los fundamentos previos, va a tener que ponerse a trabajar en la iniciativa privada.** Es de esperar que el enorme espíritu de improvisación de los cubanos les ayude en este trance, pero es de temer que una vez más se sientan solos, desamparados, observados con lupa y amenazados con cualquier otra probable y novedosa decisión a cargo de la autoridad incompetente. Maruja Torres, MT2

Otra forma de introducir nuevos conceptos con las oraciones interrogativas es a través del mecanismo de pregunta-respuesta que aparente crear un diálogo con los lectores, como en (29) de MT5.

(29) En todo caso, el excelente político catalán -a veces, entre la excelencia y la soberbia no media más que un paso, o mejor dicho, un resbalón dialéctico- ha abierto un interesante debate. **¿Qué clase de persona queremos tener en el Parlamento, representándonos? Les voy a decir a la clase de gente que no quiero ahí.** Maruja Torres, MT5

Esta dinámica de pregunta-respuesta también está presente en una pregunta indirecta del corpus. En este ejemplo (30) de MT7, la respuesta se expresa de una

manera explícita con el uso del sustantivo *respuesta* que introduce el contenido de la respuesta.

(30) Solo por el embotamiento de lo más profundo que nos hace humanos se entiende que no reconozcamos, salvo cuando se produce el estallido final, el grado de descomposición acumulado por las almas de algunos de nuestros amigos. Mubarak es el ejemplo más clamoroso de estos días. **Nos preguntamos por qué no lo sabíamos.** Respuesta: porque no mirábamos. A lo largo de tres décadas de estiramientos, cócteles vitamínicos, trajes a medida y homologaciones con certificado de la Internacional Socialista, *ese cuerpo* nos bastaba. Formaba parte de nuestro ombligo. Como estrellas de teleserie -de esas que hemos seguido durante 10 temporadas-, los cómplices de Occidente que mantienen amordazados a sus pueblos, y su avión privado a disposición de nuestros gobernantes, han conservado hasta ahora su lugar en el reparto de papeles.

El guión lo escribimos entre todos. Maruja Torres, MT7

No obstante, estas estructuras de carácter dialógico son también un ejemplo del desdoblamiento del locutor. Aunque están aparentemente dirigidas al receptor, locutores en nuestro caso, es el mismo locutor/columnista quien plantea la pregunta y la responde.

- Las interrogativas retóricas también suelen sugerir de forma velada la inclinación del hablante que las formula hacia una respuesta particular (GRAE, 2009a: 3188). De este modo, y si aparecen en la conclusión como en el ejemplo que sigue, (31) de AB4, el columnista no solo sugiere la dirección en la que iba su argumentación a lo largo de la columna sino que también invita al lector a hacer el proceso inferencial para confirmar la información que se le ofrece.

(31) ¿Y los médicos, no tienen nada que decir contra esta publicidad que se los salta a la torera? ¿Por qué hay que consultar al farmacéutico y no al médico? ¿Cómo la Organización Médica Colegial calla ante el bombardeo absurdo que invita a la peligrosísima automedicación o, lo que es más grave, puede provocar que quien tenga una enfermedad mala, mala, mala, se disfrace los síntomas con cuatro pastillitas y dos jarabes, y que cuando el mal dé la cara de verdad ya no haya remedio? Hombre, puestos a prohibir, que prohíben hasta las bolsas de plástico del Carrefour y del Mercadona, que no le hacen daño a nadie, mejor que acaben de un decretazo con esta invitación continua a que nos automediquemos. La solución está quizá en la chuminada de la Igualdad. A ver si por lo menos prohíben esos anuncios porque al final dicen «consulte al farmacéutico» y no «consulte al farmacéutico y farmacéutica». Antonio Burgos, AB4

b. Estructuras exclamativas, igual que las interrogativas, están vinculadas al proceso argumentativo dado que permiten incorporar y hacer presente la figura del receptor y, además, son un mecanismo de expresión de la opinión y la actitud con respecto a lo que dice el emisor, el columnista en nuestro caso. La modalidad exclamativa también aporta subjetividad y afectividad al discurso

En nuestro corpus aparece en 8 ocasiones y está utilizada 5 veces por Antonio Burgos, y 2 veces por Carlos Boyero, mientras que Maruja Torres las utiliza en un sola ocasión. Las exclamativas que usan los columnistas están acompañadas con la palabra específica de la exclamación *qué* con valor cuantitativo (GRAE, 2009b: 1641) y su función es expresiva y apelativa centrada en los lectores, al apuntar la idea fundamental a la que lleva su argumentación. En este ejemplo, (32) de AB4 se usa un grupo exclamativo nominal cuya función apelativa está reforzada por el vocativo *Dios mío de mi alma*, que aporta un matiz de habla popular al discurso.

(32) Si en esta ola totalitaria de prohibicionismo que padecemos (y que va a terminar haciendo liberal a Franco) tanto velan por nuestra salud que acabarán fusilando a quien ose encender un cigarrillo al lado de un niño chico, no sé a qué viene la barra libre de publicidad farmacéutica de medicinas sin receta que nos ametralla desde la TV. Cuando peguen una sentada ante la tele a la hora de la cena, hagan la prueba. Provisos de papel y lápiz, anoten una palito cada vez que la pantalla se ponga en azul y aparezca el aviso: «Lea las instrucciones de este medicamento y consulte al farmacéutico». En un «Volvemos en 5 minutos» cualquiera de pausa publicitaria, en ese papel en blanco usted hará más palitos que muescas de combos malos abatidos tenía Gary Cooper en las cachas de su Colt 45 en el cine de verano del pueblo. **¡Qué cantidad de publicidad farmacéutica, Dios mío de mi alma!** Yo no he visto más anuncios de medicinas que en la televisión de esta cuesta de enero, mes de los resfriados mal curados... quizá precisamente por las automedicaciones que fomenta esta peligrosa publicidad indiscriminada, que no sé por qué no prohíbe este Gobierno que nos organiza la vida en todo y todo lo controla. Antonio Burgos, AB4

También los columnistas suelen utilizar grupos exclamativos adjetivales como en este ejemplo (339 de CB3, en el que el columnista expresa su valoración con respecto a lo expresado anteriormente utilizando el recurso de la ironía y la exclamativa.

(33) También hay desconcierto entre los sociatas franceses por el veneno que se lanzan la exmujer y la novia actual del gallo suave Hollande. Las cuitas sentimentales entre la que pudo ser primera dama y la que lo consiguió, marcando la política. **Qué bonito.** Y la angelical nieta de Le Pen y sobrina de Marine pescando votos en aguas revueltas. Como los nazis griegos. Y los partidos tradicionales que consintieron y alentaron el desastre, avisándonos de que los extremistas son el verdadero monstruo. Y la gente normal, que somos bastantes, sintiéndonos tan asqueados como impotentes. Carlos Boyero, CB3

c. Las estructuras imperativas. Las oraciones imperativas expresan la acción que es deseable para el hablante en diferentes grados, desde el mandato hasta la súplica, incluyendo el permiso. Por tanto, introducen "la representación del oyente y del hablante, y presenta explícitamente la relación de que el hablante le solicita al oyente la realización de la acción" (Garrido Medina, 1999: 3918).

Las oraciones imperativas se pueden manifestar como un tipo de orden, sugerencia o ruego orientado hacia los lectores con el fin de llamar la atención sobre lo que se propone.

En nuestro corpus, las estructuras imperativas están utilizadas en 8 ocasiones, 4 veces por Maruja Torres, 3 por Antonio Burgos y una vez por Carlos Boyero. En todas las ocasiones los columnistas expresan, como en (34) de MT8, sugerencias o recomendaciones.

(34) Jóvenes en paro, **salid** a las plazas, **encontrad** vuestra voz. La juventud árabe también estaba en la calle, sin nada que hacer. Simplemente, tomaron el timón. Pacíficamente. Y son multitud. Que nadie más que vosotros determine vuestras vidas.

### 2.3. Recapitulación

El segundo objetivo de esta tesis era estudiar los recursos lingüísticos relacionados con el carácter dialógico de la argumentación. Para llevar a cabo el análisis y cumplir con el objetivo, partimos de la idea de que el acto de argumentar está relacionado con la intención del hablante de influir sobre el receptor por medios lingüísticos y así se convierte en un proceso que implica la realización del acto enunciativo que supone la presencia de receptor, estando condicionada por él (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2007: 17).

Además, para Plantin (1990: 232): "La argumentación es dialéctica; su lenguaje no es un lenguaje de objetos sino un lenguaje habitado por los interlocutores y marcado por sus puntos de vista". Por eso consideramos que es importante tener en cuenta el carácter dialógico de la argumentación y estudiar la representación tanto de la figura del

emisor como la del receptor en el discurso de las columnas seleccionadas. En relación con este objetivo, nos hemos ocupado de los mecanismos relacionados con la figura del emisor y la del receptor.

Por un lado, hemos analizado cómo se manifiesta la visión personal de la figura del emisor, los columnistas en nuestro caso, las manifestaciones de polifonía en su discurso y el uso de las estructuras impersonales que sirven para la desautorización y despersonalización del discurso. Por otro lado, hemos estudiado como se manifiesta en las columnas la figura del receptor y los mecanismos que utilizan los columnistas para hacer referencia a él en sus columnas.

Para llevar a cabo el análisis de la representación de la figura del columnista, el punto de partida ha sido el concepto de polifonía introducido por Ducrot, que permite explicar la presencia de varias voces que figuran en un determinado discurso lo que es imprescindible para saber quién sostiene la argumentación.

En nuestro corpus hemos encontrado varios procedimientos utilizados por los columnistas, que implican la presencia o representación del propio columnista. Los procedimientos se pueden clasificar en tres grupos: los recursos que expresan sus propios puntos de vista a través de las marcas de la primera persona singular, los procedimientos que implican el desdoblamiento del emisor y la manifestación de distintas voces en sus columnas. Y, por último, los mecanismos que pretenden ocultar la figura del sujeto de la acción y a la vez la responsabilidad del hablante, en un sujeto impersonal, global, plural, inclusivo.

En nuestro corpus, los columnistas que más utilizan las marcas de la primera persona singular y argumentan desde el punto de vista más personal y subjetivo son Maruja Torres y Antonio Burgos (43 casos de marcas personales en las columnas de cada columnista). Por otro lado, Carlos Boyero las utiliza un poco menos, en 28 ocasiones, con esas marcas, mientras que en las columnas de Ignacio Camacho hemos identificado solo un caso de la visión personal.

Las marcas de la primera persona singular en nuestro caso implican que la figura del sujeto empírico coincide con la figura del locutor. No obstante, Ducrot introdujo una

tercera figura: la del enunciador que permite al locutor incorporar a su discurso una diversidad de voces lo que conduce a un desdoblamiento del locutor y al fenómeno que él llama polifonía y que supone la incorporación de diferentes voces que se pueden activar en el discurso.

Los casos típicos en los que ocurre un desdoblamiento del locutor en las columnas estudiados son elementos modales de reafirmación, el discurso reproducido, que engloba el discurso directo e indirecto, las estructuras parentéticas y la ironía.

En nuestro corpus hay en total 114 casos del desdoblamiento del locutor siendo Antonio Burgos el columnista que más recurre a este recurso (45 casos) seguido por Carlos Boyero, (37 casos), mientras que en las columnas de Maruja Torres y Ignacio Camacho tienen una frecuencia un poco menor (18 y 14 casos respectivamente).

El tercer aspecto del análisis de la manifestación de la figura del columnista es la impersonalidad que está al otro extremo y que supone la decisión del emisor de no determinar el sujeto agente que lleva a cabo la acción expresada por el verbo y así crear "un efecto de objetividad" y de "verdad" por la interpretación de aparente confirmación global o generalizada de la modalidad impersonal (Calsamiglia y Tusón: 2008: 127).

En nuestro corpus de 40 columnas las estructuras impersonales tienen frecuencia bastante alta de aparición, 91 caso, siendo Antonio Burgos y Carlos Boyero los columnistas que más han utilizado estas formas (41 y 31 respectivamente), mientras que en las columnas de Ignacio Camacho las hemos encontrado en 15 ocasiones y en las columnas de Maruja Torres en 4.

En cuanto a la figura del receptor, el análisis se ha centrado, por un lado, en las fórmulas de tratamiento, si se usa un trato formal a través de la forma *usted* o *ustedes* o más informal, utilizando la forma de segunda persona singular o plural; y por el otro, en los mecanismos de apelación e interacción con los lectores, que abarcan el uso de vocativos, enunciados imperativos, exclamativos o interrogativos.

En las 40 columnas estudiadas solo en 12 se presenta una forma *usted* o *ustedes* utilizada por Antonio Burgos y Maruja Torres (8 y 4 casos respectivamente), mientras



que las formas que corresponden a la segunda persona singular y plural se usan en 28 casos otra vez con los mismos autores (16 y 10 casos respectivamente). No obstante, en las columnas de Carlos Boyero y de Ignacio Camacho no hemos encontrado casos de un trato formal a través de la forma usted o ustedes, o de las formas que corresponden a la segunda persona singular o plural.

El uso de primera persona plural *nosotros* incorpora tanto la figura del receptor como la figura del emisor y permite a los columnistas buscar la complicidad de los lectores, para involucrarlos en su punto de vista (Calsamiglia y Tusón, 2008: 130). Esta forma es más utilizada por Antonio Burgos en (47 casos) y por Maruja Torres (32 casos), mientras que Carlos Boyero y Ignacio Camacho utilizan un poco menos (13 y 9 casos respectivamente).

En cuanto a los mecanismos de apelación, el análisis se ha centrado en el uso de los vocativos, enunciados imperativos, exclamativos o interrogativos.

En el corpus hemos identificado 6 manifestaciones de focalización no egocéntrica que hace referencia al interlocutor. Todos los ejemplos del dicho fenómeno son utilizados por Antonio Burgos. Así el columnista usa enfocadores de alteridad *hombre* y *vamos* en dos ocasiones y el vocativo *queridos*, repetido como formalismo cuatro veces en una ocasión.

Otra forma de apelar a los lectores es a través de las oraciones interrogativas, exclamativas e imperativas que son muy habituales en la argumentación. Su función puede variar según el tipo de discurso. En cuanto al discurso escrito, que es nuestro objeto de estudio, tanto las estructuras interrogativas como las estructuras exclamativas "permiten textualizar la figura del receptor, hacerlo presente en el discurso, y por otro, vehiculan la opinión del emisor y su posición respecto a lo que dice" (Cuenca, 1995: 31).

En nuestro corpus hemos identificado 16 casos de preguntas retóricas, 11 casos en las columnas de Antonio Burgos, 3 en las columnas de Carlos Boyero y 2 en las columnas de Maruja Torres.

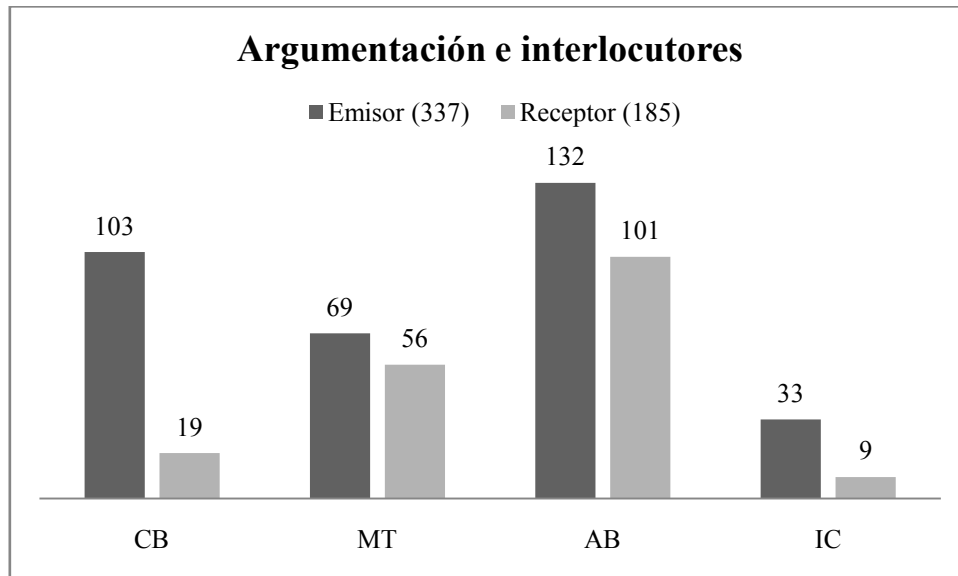
Por otro lado, las estructuras exclamativas aparecen en 8 ocasiones en el corpus y están utilizadas 5 veces por Antonio Burgos, 2 veces por Carlos Boyero mientras que Maruja Torres las utiliza en un sola ocasión.

Y, por último, las estructuras imperativas que suponen "la representación del oyente y del hablante, y presenta explícitamente la relación de que el hablante le solicita al oyente la realización de la acción" (Garrido Medina, 1999: 3918) están utilizadas en 8 ocasiones, 4 veces por Maruja Torres, 3 por Antonio Burgos y una vez por Carlos Boyero. En todas las ocasiones los columnistas expresan sugerencias o recomendaciones, ac

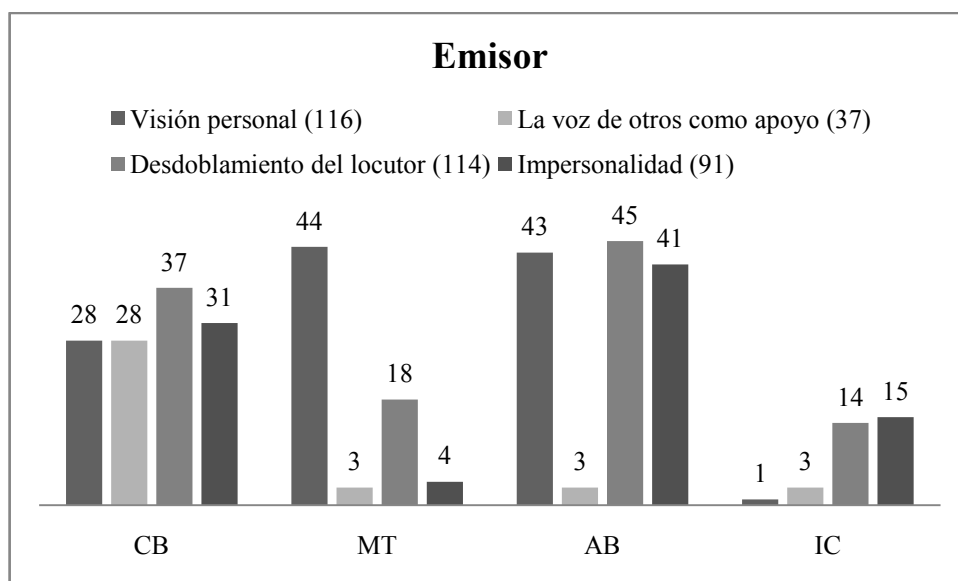
En la tabla siguiente se pueden ver los resultados resumidos y a continuación comentamos los aspectos más destacados una vez más.

Argumentación y los interlocutores									
Emisor					Receptor				
	CB	MT	AB	IC		CB	MT	AB	IC
<b>Visión personal</b>	28	44	43	1	<b>Fórmulas de tratamiento</b>	13	46	73	9
<b>La voz de otros como apoyo</b>	7	3	3	3	<b>Mecanismos de apelación</b>	6	10	28	0
<b>Desdoblamiento del locutor</b>	37	18	45	14					
<b>Impersonalidad</b>	31	4	41	15					

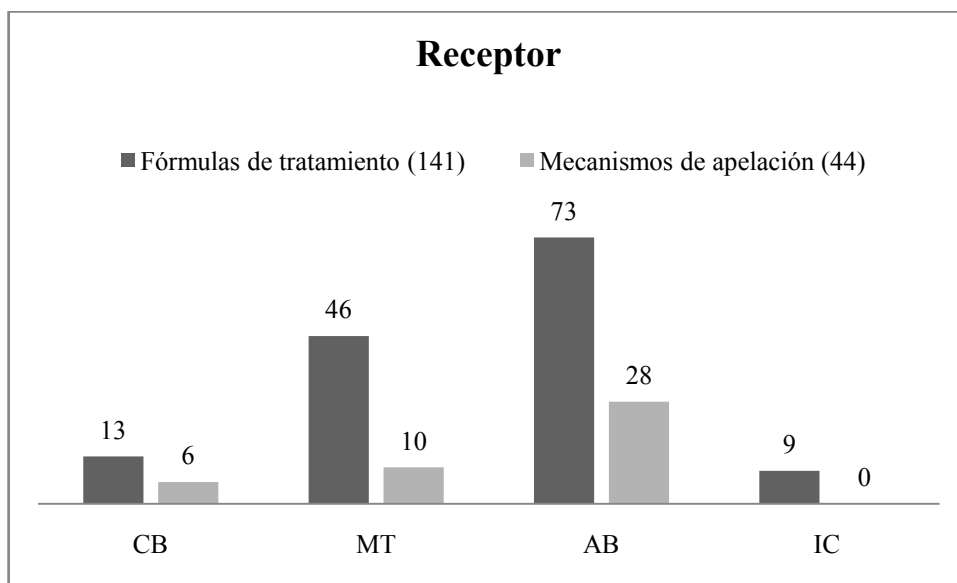
Las diferencias en los distintos valores de las cifras del cuadro anterior se aprecian bien en el gráfico siguiente:



Como ya podemos observar en la tabla de resultados, los columnistas que tienen un estilo más personal son Maruja Torres y Antonio Burgos, seguidos por Carlos Boyero, mientras que en las columnas de Ignacio Camacho es casi escasa expresión en primera persona singular. En cuanto a la manifestación de la polifonía y la manifestación de distintas voces en sus columnas, la distribución es un poco diferente porque son Antonio Burgos y Carlos Boyero los columnistas que más recurren a esta estrategia, mientras que Maruja Torres e Ignacio Camacho lo hacen con una frecuencia menor. Lo mismo ocurre con el uso de las estructuras impersonales que, a diferencia de la expresión de la visión personal, tienen un efecto contrario, el de la desautorización.



Por otro lado, los recursos relacionados con la figura del receptor tienen mayor frecuencia de uso en las columnas de Antonio Burgos, tanto las fórmulas de tratamiento como los mecanismos de apelación. En cuanto a otros columnistas, se puede ver que Maruja Torres usa estos recursos aunque con una frecuencia menor, mientras que en las columnas de Carlos Boyero e Ignacio Camacho el uso es mínimo.



### 3. ARGUMENTACIÓN Y CORTESÍA VERBAL

La cortesía verbal es un tema que ocupa una parte importante de la investigación pragmática abarcando varias disciplinas, desde la lingüística, la psicología social y la etnometodología. Según Diana Bravo (2005: 29), la cortesía pertenece a la comunicación y cuando se manifiesta mediante el lenguaje, pertenece a la lingüística de modo que puede afectar diferentes tipos de intercambios, incluyendo los textos escritos. Para ella "[...] la cortesía es parte de cualquier parte del discurso que supera las barreras de los canales de comunicación y de la diversidad de las situaciones de habla" (Bravo, 2004: 9) y la define así:

"[...]una actividad comunicativa cuya finalidad propia es quedar bien con el otro y que responde a normas y a códigos sociales que se suponen en conocimiento de los hablantes. Este tipo de actividad en todos los contextos considera el beneficio del interlocutor. El efecto que esta actividad tiene en la interacción es interpersonalmente positivo" (Bravo, 2005: 33-34).

De igual modo, Escandell (2006: 142-145) entiende la cortesía, por un lado, como "un conjunto de normas sociales, establecidas por cada sociedad, que regulan el comportamiento adecuado de sus miembros" y, por el otro, como "un conjunto de estrategias conversacionales destinadas a evitar o mitigar dichos conflictos".

Frente a la concepción tradicional, que destacaba los aspectos sociales y formulaciones, este nuevo enfoque prima el aspecto individual, creativo y estratégico de la cortesía. Ser cortés no es solo seguir unas reglas externas; consiste, sobre todo, en saber evitar los conflictos: se ha pasado, por tanto, de una concepción formal de la cortesía a una concepción funcional (Escandell, 1995: 33).

Por tanto, podemos decir que la cortesía verbal regula la interacción y se ocupa de mantener la buena relación entre los participantes del acto comunicativo.

Además, la cortesía es un recurso argumentativo porque, por una parte, tiene la capacidad de sustentar la apelación y de añadir valores (Alcoba y Poch, 2006) y, por otra parte, de conseguir de convencer al receptor de algo (Alcoba y Poch, 2010).<sup>146</sup> De

---

<sup>146</sup> Alcoba y Poch (2006), (2010), (2011), (2013).

este modo se puede considerar como un recurso que está al servicio de la argumentación (Fuentes, 2009b: 125).

Desde otro punto de vista, Catalina Fuentes apunta que la argumentación está relacionada con la cortesía porque argumentando uno justifica lo que pretende conseguir y, por consiguiente, es una forma de ser cortés (Fuentes, 2009b: 117). Explicar el punto de vista y la actitud frente a lo que se dice, ofrecer argumentos para justificar la posición que un toma, son formas de colaborar con el interlocutor y cuidar su imagen.

El carácter dialéctico, presente en ambas teorías, que tiene en cuenta la figura del receptor es otro de los aspectos que estas dos teorías tienen en común. No obstante, el enfoque es distinto. Mientras que la cortesía potencia las normas sociales y se ocupa del efecto que tiene un acto comunicativo y cómo afecta a la imagen social del interlocutor, la argumentación potencia más lo interactivo y parte de la intención de hablante quien utiliza todos los mecanismos lingüísticos para que su interlocutor llegue a las conclusiones propuestas (Fuentes, 2009b: 125). Por tanto, la teoría de la argumentación en la lengua es de orientación más lingüística, mientras que la teoría de cortesía verbal abarca el ámbito social pero, también, el interactivo y el argumentativo. De este modo, desde el punto de vista de la pragmalingüística, la cortesía puede inscribirse dentro de la teoría de la argumentación porque es una estrategia de persuasión cuyo fin es argumentativo (Fuentes, 2009b: 141-142).

Entendida así, como un recurso argumentativo, el estudio de las manifestaciones de la cortesía constituye un asunto que es necesario dilucidar en el ámbito de análisis de esta tesis.

A continuación, primero, vamos a recordar brevemente los conceptos clave de la cortesía verbal y, después, analizaremos las manifestaciones de la cortesía en las columnas periodísticas que forman parte del corpus de esta tesis.

### 3.1. Los conceptos clave para el estudio de la cortesía verbal

En cuanto al marco teórico, por el carácter complejo de la cortesía -la investigación de la cortesía verbal abarca enfoques de tipo pragmalingüístico (los estudios de estructuras formales y funciones de cortesía), cognitivo (los procesos mentales que están sustentados en la cortesía verbal) y sociocultural (los contextos de la comunicación cortés) (Placencia y García, 2007: 369)- existen varias teorías sobre las manifestaciones de la cortesía, que la definen desde diferentes puntos de vista.

No obstante, la teoría que todos coinciden en considerar como el origen del síntesis actual sobre la cortesía es el trabajo de Brown y Levinson (1987). Su teoría supone que en cada sociedad existe un cierto nivel de agresividad de sus miembros y que la función de la cortesía es controlar ese potencial agresivo para hacer posibles las buenas relaciones sociales. Los conceptos básicos de su teoría son la racionalidad que cada individuo posee y que le induce a conseguir sus fines; y los conceptos de *imagen* y de *territorio* tomados de Goffman. En cuanto a la noción de imagen, distinguen entre la *imagen positiva* y la *imagen negativa*.

Central to our model is a highly abstract notion of 'face' which consists of two specific kinds of desires ('face-wants') attributed by interactants to one another: the desire to be unimpeded to one's actions (negative face), and the desire (in some respects) to be approved of (positive face) (Brown y Levinson, 1987: 13).<sup>147</sup>

Por tanto, el objetivo de cada interacción es que tanto el locutor como el interlocutor mantengan las imágenes propias y las del otro. Sin embargo, existen varias acciones que puedan afectar de una manera negativa esos imágenes que se llaman *Actos Amenazadores de la Imagen* (AAI) (*face-threatening acts*). En el caso de que existan esos actos, los participantes del acto comunicativo pueden o bien intentar de evitarlos, suavizarlos o repararlos, para lo cual es necesario usar de alguna forma de cortesía o bien entrar en un conflicto abierto.

---

<sup>147</sup> Reiteramos esta cita de la versión española de Haverkate (1995): "El centro de nuestro modelo lo ocupa una noción muy abstracta que consiste en dos clases específicas de deseos (*face wants*), que los interlocutantes se atribuyen mutuamente: el deseo de que uno no vea impedidos sus actos (imagen negativa) [la imagen del NO: no coartado y no coaccionado] y el deseo de que los actos de uno sean aprobados (hasta cierto punto) (imagen positiva)."

Se opta por la cortesía, la selección de la estrategia depende de tres factores:

- el poder relativo entre interlocutores (P) que supone la relación del receptor con respecto al emisor y constituye la dimensión vertical de la relación social;
- la distancia social (D) que se refiere al grado de familiaridad entre los interlocutores y constituye la dimensión vertical de dicha relación;
- el grado de imposición (G) de un determinado acto frente a la imagen.

Lo ideal para cualquier tipo de interacción es evitar cualquier acto que pueda amenazar la imagen. Sin embargo, es muy difícil conseguirlo y por eso existen diferentes estrategias posibles:

- Estrategia abierta y directa
- Estrategia abierta e indirecta con cortesía positiva
- Estrategia abierta e indirecta con cortesía negativa
- Estrategia encubierta

Las estrategias abiertas y directas se manifiestan cuando entre los interlocutores no existe ningún intento de evitar el daño posible, como por ejemplo, con órdenes, mandatos, exigencias. En cambio, el resto de las estrategias, son la base de un comportamiento cortés y de realizaciones posibles de enunciados corteses. De este modo Brown y Levinson (1987) distinguen entre:

- La cortesía positiva que tiene en cuenta y aprecia los deseos del destinatario;

Positive politeness is redress directed to the addressee's positive face, his perennial desire that his wants (or the actions/acquisitions/values resulting from them) should be thought of as desirable. Redress consists in partially satisfying that desire by communicating that one's own



wants (or some of them) are in some respects similar to the addressee's wants (Brown y Levinson, 1978: 101).

- La cortesía negativa que trata de no coartar y no coaccionar (de ahí lo de negativa) al interlocutor o destinatario y tiene en cuenta el deseo del destinatario para no limitar su libertad;

Negative politeness is redressive action addressed to the addressee's negative face: his want to have his freedom of action unhindered and his attention unimpeded. It is the heart of respect behaviour, just as positive politeness is the kernel of 'familiar' and 'joking' behaviour (Brown y Levinson, 1987: 129)

- La cortesía encubierta implica la intención del hablante de ocultar o disimular su verdadera intención y evitar la responsabilidad.

A communication act is done off record if it is done in such a way that it is not possible to attribute only one clear communicative intention to the act (Brown y Levinson, 1987: 211).

Según esta distinción entre los conceptos de cortesía positiva y negativa, a continuación vamos a estudiar sus manifestaciones en las columnas periodísticas que forman parte de nuestro corpus.

### 3.2. Cortesía positiva

Recordamos que la imagen positiva se fundamenta en el deseo de cada individuo de que la imagen que tiene de sí mismo quede reconocida y reforzada por otros miembros de la sociedad. Según Brown and Levinson (1987: 101), la realización lingüística de la cortesía positiva se acerca en muchos aspectos a la simple representación del comportamiento lingüístico normal que implica el interés y la aprobación de la personalidad del locutor, de sus deseos, de su conocimiento y la simpatía por él.

No obstante, la única diferencia entre una compensación marcada por cortesía positiva y el comportamiento íntimo de cada día es el elemento de exageración (*an element of exaggeration*) (*op.cit*). Más adelante, los autores afirman que precisamente

esta asociación con el lenguaje íntimo es el aspecto que refuerza la noción de la cortesía positiva.

Positive-politeness utterances are used as a kind of metaphorical extension of intimacy [...] as a kind of social accelerator, where S, in using them, indicates that he wants to 'come closer' to H (Brown y Levinson, 1987: 103).

Según Haverkate (1994: 34) la cortesía positiva es un recurso estratégico que sirve para "reforzar y proteger la imagen social del interlocutor, por una parte, y manifestarle, por otra, que el hablante le considera digno de formar parte del grupo o de la clase social a la que él mismo pertenece". Se trata de una forma de solidaridad, *in-group solidarity*, como la llama el lingüista. Además, respetar y reforzar la imagen positiva del oyente tiene un papel muy importante en la argumentación porque sirve a los columnistas como un recurso para demostrar que consideran que sus lectores son personas competentes, capaces de pensar y actuar racionalmente. Aun más, el mismo autor afirma que:

La finalidad de la aproximación psicológica al auditorio es conseguir que adopte un actitud positiva aceptando el mensaje emitido como un mensaje digno de ser tomado en consideración. La estrategia en cuestión se denomina 'persuasión coactiva' (Haverkate, 1994: 34)

El mismo Haverkate (1994: 77) distingue entre actos de habla corteses, que tienen como fin beneficiar al interlocutor, y actos de habla no corteses, que no sirven para beneficiar al interlocutor. Los principales ejemplos de los actos de habla corteses son los actos expresivos y los comisivos y la cortesía inherente es de tipo positivo, mientras que los actos de habla no corteses son la aserción y la exhortación, que no necesariamente tienen que ser descorteses. Los actos de habla típicos que manifiestan la cortesía positiva son el cumplido, la felicitación y la invitación, la cortesía positiva sirve también para mitigar actos de habla no corteses (Haverkate, 1994: 28).

La atenuación es una categoría pragmática basada generalmente en el principio de la cortesía y, también, una de sus estrategias que, desde el punto de vista interlocutivo, tiene la función es disminuir la fuerza ilocutiva; y, desde el punto de vista interactivo, su función es minimizar el posible desacuerdo entre interlocutores (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2002: 275). Sin embargo, se suele considerar una estrategia

de cortesía negativa aunque, parcialmente, también de cortesía positiva (Brown y Levinson, 1987: 116-117, 145-172, 271-273).

Brown y Levinson (1987: 102 y sig.) distinguen tres grandes mecanismos que engloban las estrategias de cortesía positiva:

- *Claim common ground* (Apelar al 'terreno común')
- *Convey that S and H are cooperators* (Transmitir la cooperación entre los interlocutores)
- *Fulfil H's wants* (Cumplir los deseos del interlocutor)

Hay que mencionar que las publicaciones sobre cortesía se diferencian varias maneras para apelar a cada mecanismo y que los resultados de estos tres métodos que enfatizan el concepto de 'terreno común' son las estrategias específicas de cortesía positiva.

En la tabla siguiente podemos observar los mecanismos y las estrategias correspondientes que son más recurrentes en nuestro corpus. A continuación, vamos a comentar los ejemplos de cada estrategia y explicar sus manifestaciones lingüísticas.

Cortesía verbal					
Cortesía positiva					
Apelar al 'terreno común'		Carlos Boyero	Maruja Torres	Antonio Burgos	Ignacio Camacho
Atender a las necesidades del receptor	Estructuras parentéticas	10	8	6	13
	Reformulación		4		5
Intensificar el interés por el receptor	Marcadores de alteridad			9	
	Interrogación	3	2	11	
	Exclamación	2	1	5	
Destacar la pertinencia al mismo grupo	Fórmulas de tratamiento		Vosotros: 10	Tú: 2 Vosotros: 16	
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>25</b>	<b>49</b>	<b>18</b>
Transmitir la cooperación entre los interlocutores					
Incluir los interlocutores en la acción	Plural inclusivo	13	32	47	9
Asumir o declarar reciprocidad	Marcadores de modalidad epistémica de evidencia	6	3	3	2
<b>Total</b>		<b>19</b>	<b>35</b>	<b>50</b>	<b>11</b>
<b>Total</b>		<b>34</b>	<b>63</b>	<b>99</b>	<b>29</b>

En una primera apreciación de los datos de la tabla, se puede ver Antonio Burgos es el columnista quien muestra el mayor interés para proteger la imagen positiva del locutor. Maruja Torres también recurre a esta estrategia, mientras que en el caso de Carlos Boyero e Ignacio Camacho el interés es menor.

A continuación vamos a ver cuales son las realizaciones lingüísticas más destacadas de la cortesía positiva en las columnas de cada autor y el análisis completo se puede consultar en los [Anexos](#)<sup>148</sup> a partir de la página 41.<sup>149</sup>

<sup>148</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

<sup>149</sup> Los mecanismos lingüísticos de las estrategias de la cortesía coinciden con los mecanismos ya analizados en otros aspectos. Por eso, los resultados que se han obtenido de las tablas analíticas que corresponden al análisis de la orientación, fuerza y las figuras de emisor y receptor.

### 3.2.1. Apelar al 'terreno común'

Según Brown y Levinson (1987: 103) el mecanismo denominado *claim common ground* implica que tanto el locutor como su interlocutor pertenecen al mismo grupo de personas que comparten deseos, objetivos y valores específicos.

En nuestro corpus hemos identificado tres estrategias que corresponden a este mecanismo: 1ª, atender a las necesidades del receptor, 2ª intensificar el interés por el receptor y 3ª, destacar la pertinencia al mismo grupo social. A continuación vamos a comentar las estrategias y sus manifestaciones discursivas en las columnas.

#### 3.2.1.1. Atender a las necesidades del receptor

Esta estrategia implica que el columnista está atento a las necesidades de sus lectores de modo que hace todo lo posible para que se entienda mejor. El objetivo principal de las columnas, en este sentido, consiste en llevar a lectores a la conclusión propuesta. Para hacerlo posible, los columnistas ofrecen varios argumentos y, a veces, los refuerzan ofreciendo una explicación o precisión más detallada en forma de estructuras parentéticas o reformulaciones de lo dicho. Precisamente por esas dos formas consideramos como manifestaciones lingüísticas de esta estrategia de cortesía positiva.

a. Estructuras parentéticas, cuando cumplen la función de aclarar la intención del hablante y aportar información adicional conllevan un valor de cortesía porque son una muestra de la preocupación del hablante para que acepte la propuesta por este refuerzo. Precisamente esta función de introducir una aclaración, presentada como un argumento que justifica la postura, es la manera predominante en las columnas.

En nuestro corpus, los columnistas que más recurren a este procedimiento, con ejemplos como (1) de IC9, son Ignacio Camacho (13 casos) y Carlos Boyero (10 casos) aunque su uso no es despreciable en las columnas de Maruja Torres (8 casos) y Antonio Burgos (6 casos).

(1) El espectáculo de pleitesía a las directrices germanas es tan lastimoso como inevitable. Desde mayo pasado España es de hecho una economía intervenida por un directorio. Es Alemania la que dirige, junto a Francia, el concierto europeo con la batuta que le proporciona una férrea política anticrisis capaz de levantar en un año siete puntos de crecimiento **(de menos cuatro a más tres)**. Ignacio Camacho, IC9

b. La reformulación consiste en introducir un elemento como una variación más o menos ligera de su antecedente inmediato, que incluso llega a invalidar (Landone, 2009: 297). Desde el punto de vista de la interacción comunicativa, supone el interés del hablante para ajustar el contenido mejor a las necesidades de los lectores y así resolver posibles problemas de interpretación. Además, a nivel de macroestructura, este procedimiento permite enfatizar y dar más fuerza informativa al segmento que introduce.

En nuestro corpus, los columnistas que recurren a este procedimiento son Ignacio Camacho (5 casos) y Maruja Torres (4 casos), en ejemplos como (2) de MT5, mientras que en las columnas de Carlos Boyero e Ignacio Camacho no hemos encontrado ejemplos.

(2) Tampoco quiero ahí al señor con quien me tropecé en el Liceo la otra noche: goza de libertad porque pagó un millón de euros de fianza, por él y su señora, tras haber sido imputado por el *caso Pretoria*. Fue *conseller*, **es decir**, ministro, más de una vez, en los anteriores Gobiernos de Convergència i Unió. Maruja Torres, MT5

### 3.2.1.2. *Intensificar el interés por el receptor*

A lo largo de esta tesis hemos subrayado la relevancia del carácter dialógico en la argumentación, que implica que la figura del receptor es igual de importante que la figura del emisor. Las columnas periodísticas están relacionadas con la incidencia en la opinión del receptor con el fin de llevarle a las conclusiones propuestas. Por tanto, aunque textos monológicos, las columnas también poseen rasgos que cumplen la función apelativa que les permite conseguir ese fin. Con los mecanismos de apelación se intensifica el interés por el receptor y eso permite a los columnistas hacer referencia,

aunque a veces implícita, a los lectores en su discurso y así se muestra el interés que se tiene por ellos. El uso de los marcadores de alteridad y los enunciados interrogativos y exclamativos son las formas típicas para incorporar los lectores, hacerles presentes y, al final, llamar su atención.

a. Los marcadores de la alteridad. De este grupo de marcadores, en las columnas hemos encontrado exponentes como *hombre* y *vamos*, que aparecen dos veces cada uno en las columnas de Antonio Burgos. Estas unidades comparten propiedades pragmáticas con los marcadores de modalidad que indican el acuerdo con el interlocutor y también expresan estrategias de cooperación entre los participantes en la conversación (Zorraquino y Portolés, 1999: 4172).

Como ya hemos advertido, algunos de los marcadores de la alteridad están orientados al emisor y otros hacia el receptor. Así *hombre* apunta al receptor y su función pragmática fundamental es "[...]reforzar la imagen positiva del hablante: *hombre* imprime un tono amistoso a la conversación, tiñe las relaciones entre los interlocutores de cierta familiaridad o complicidad [...]" (Zorraquino y Portolés, 1999: 4173). De esta manera, los columnistas pretenden reducir la posible disconformidad con lo dicho y no perjudicar la relación con los lectores por posible disonancia de opiniones, tal como se ve en (3) de AB4.

(3) ¿Y los médicos, no tienen nada que decir contra esta publicidad que se los salta a la torera? ¿Por qué hay que consultar al farmacéutico y no al médico? ¿Cómo la Organización Médica Colegial calla ante el bombardeo absurdo que invita a la peligrosísima automedicación o, lo que es más grave, puede provocar que quien tenga una enfermedad mala, mala, mala, se disfrace los síntomas con cuatro pastillitas y dos jarabes, y que cuando el mal dé la cara de verdad ya no haya remedio? **Hombre**, puestos a prohibir, que prohíben hasta las bolsas de plástico del Carrefour y del Mercadona, que no le hacen daño a nadie, mejor que acaben de un decretazo con esta invitación continua a que nos automediquemos. La solución está quizá en la chuminada de la Igualdad. A ver si por lo menos prohíben esos anuncios porque al final dicen «consulte al farmacéutico» y no «consulte al farmacéutico y farmacéutica». Antonio Burgos, AB4.

Por el contrario, *vamos* es un marcador que favorece la modulación de la proximidad interpersonal a la vez expresando metafóricamente buena disposición y cortesía hacia el interlocutor (Chodorowska-Pilch, 1999: 344-345). Además, este elemento refuerza la imagen positiva del columnista y favorece la inclusión de sus

lectores en la misma esfera comunicativa (Zorraquino y Posrtolés, 1999: 4177-4178). Es decir, el columnista pretende acercar a los lectores a su punto de vista para que ellos, al final, lleguen a compartirlo. Se aprecia en (4) de AB6.

(4) Simplemente quiero hacerles ver que Algueró no escribió «La chica yeyé». Compuso, que no es lo mismo, una melodía que hasta que llegó su letrista sólo decía: «Tararára, tarará, tá, tá». Hasta que vino el cartagenero Antonio Guijarro y sobre esa melodía escribió «No te quieres enterar, ye, ye», «La chica ye yé» no existió.

Algueró tampoco escribió «Tómbola». Compuso, que no es lo mismo, una melodía que sólo decía: «Tarára, tarará, tá, tá, tátara». Hasta que vino el imprescindible Antonio Guijarro y sobre esa melodía compuso su letra: «La vida es una tómbola, tom, tom, tómbola », la tal «Tómbola» no existió. Pero, **vamos**, ni en la televisión valenciana con Ximo Rovira. Antonio Burgos, AB6

b. Otra forma de apelar a los lectores e intensificar interés por ellos es a través de las oraciones interrogativas y exclamativas. Su función puede variar según el tipo de discurso y según el punto de vista. Así desde el punto de vista del emisor su función enfática y expresiva relacionada con la manifestación de la opinión; y desde la perspectiva del receptor, tienen la función apelativa para llamar la atención.

En cuanto al discurso escrito, que es nuestro objeto de estudio, tanto las estructuras interrogativas como las estructuras exclamativas "permiten textualizar la figura del receptor, hacerlo presente en el discurso, y por otro, vehiculan la opinión del emisor y su posición respecto a lo que dice" (Cuenca, 1995: 31).

En el apartado dedicado a la figura del receptor y los mecanismos de apelación hemos visto que los enunciados interrogativos que aparecen en nuestro corpus son preguntas retóricas. Recordamos que su función no es preguntar, sino que tienen función apelativa con el fin de incorporar la figura del lector al discurso y llamar su atención, e interaccional, como estrategia de cortesía con el fin de "mantener buenas relaciones sociales con su interlocutor" (Escandell, 2006: 186). Además de la función apelativa e interaccional, las preguntas retóricas desde el punto de vista comunicativo "tratan de hacer admitir al destinatario la presuposición que contienen, de obtener de él una confirmación (Escandell, 1999: 3985).



Igual que las interrogativas, las exclamativas también permiten incorporar y hacer presente la figura del receptor de modo que su función no es solo expresiva, sino también apelativa, centrada en reforzar la presencia de lectores.

Las preguntas retóricas y las expresiones exclamativas, como recursos de intensificar el interés por los receptores aparecen en 16 y 8 casos respectivamente. En cuanto a su distribución por los autores, Antonio Burgos hace uso de esta estrategia en 16 casos, Carlos Boyero en 5 casos y Maruja Torres en 3 ocasiones.

En el ejemplo siguiente, (5) de CB1, la pregunta dirigida a los lectores está reforzada con el plural inclusivo de la primera persona plural que, además de intensificar la presencia del lector en la columna, destaca la pertinencia al mismo grupo y un cierto tipo de cooperación entre el columnista y lectores.

(5) Es una tarea imposible intentar mantener el sonido del televisor en las burocráticas y fatigosas (en el peor sentido, ¿nos entendemos?) retransmisiones de los partidos de fútbol en TVE. Carlos Boyero, CB1

### 3.2.1.3. Destacar la pertinencia al mismo grupo social

Esta estrategia que implícitamente apela al 'terreno común' y a lo compartido se manifiesta en las columnas a través de las fórmulas de tratamiento. Tradicionalmente se distingue entre pronombres de uso informal y familiar, el pronombre *tú*; y de uso formal y cortés, el pronombre *usted*.<sup>150</sup> No obstante, Haverkate, advierte que el uso de *tú* no siempre indica familiaridad, sino muestra una intención de manifestar solidaridad, *in-group solidarity* (1994: 135, 214). Precisamente este empleo del *tú* como estrategia para manifestar solidaridad es el que se manifiesta en las columnas.

Los columnistas se dirigen a los lectores del periódico, en general, o a un grupo particular de lectores que son sus fieles seguidores. Sin embargo, son personas desconocidas, así que el uso de *tú* refleja el deseo de los columnistas de mostrar la

<sup>150</sup> Recuérdese que nos referimos a la variedad de español peninsular a la que corresponden las columnas estudiadas.

pertinencia al mismo grupo, a la misma esfera y por tanto, la estrategia constituye un tipo de solidaridad y confianza.

Según Haverkate (1994: 137), se trata de una estrategia típicamente atenuadora que denomina *mitigación altruista* a diferencia de *mitigación egocéntrica* que es una estrategia de cortesía negativa y que vamos a comentar a continuación.

En nuestro corpus, solamente Antonio Burgos y Maruja Torres hacen referencia a los lectores con las formas que corresponden a la segunda persona singular y plural y las usan en 28 casos (18 y 10 casos respectivamente), en ejemplos como (6) de MT9.

(6) Lo de Trípoli promete ser muy gratificante. Mis amigos me han prometido pasar otra vez el vídeo de *El discurso de la Momia*, en versión Gadafi, que, **como recordaréis**, es el más entretenido, considerando lo que le pasó después. Me cuentan que todavía tienen por ahí los cojines que hicieron con lo que les tocó en el reparto del vestuario de Muamar.

**Os volveré a escribir** más adelante, posiblemente desde Yeda. O desde Saná. O desde Rabat, que será mi última parada antes de volver a la residencia para contar mis aventuras.

**Espero que vosotros hayáis pasado** muy bien el aniversario del 23-F. Maruja torres, MT9

#### 3.2.1.4. Evitar desacuerdo

En los actos de habla argumentativos<sup>151</sup> suele utilizarse cortesía positiva para no expresar opiniones, creencias o actitudes de una manera explícita lo que permite reducir la disconformidad con respecto a lo que se dice y así evitar el posible conflicto por desacuerdo. De este modo el locutor puede optar por expresiones atenuadas al expresar su opinión. En las columnas lo más común son los elementos de modalidad epistémica.

---

<sup>151</sup> Según Haverkate (1994: 116-117) un acto argumentativo es una determinada clase de acto asertivo que se define por la intención del hablante de convencer al oyente de que él cree que la proposición expresada corresponde a un estado de cosas real.

### 3.2.2. Transmitir la cooperación entre interlocutores

La segunda clase de estrategias de cortesía positiva propuesta por Brown y Levinson (1987: 125) deriva de la intención de mostrar que tanto el locutor como el receptor están involucrados y de la voluntad de expresarse de una manera cooperativa. Esta cooperación se puede enfatizar indicando que el hablante sabe cuáles son los deseos del oyente y que los toma en consideración; apelando a un cierto tipo de reflexividad entre los deseos que tienen los interlocutores y, por último, apelando a reciprocidad.

Las estrategias que se utilizan entre los columnistas son la inclusión de los receptores en la acción que corresponde a la apelación a la reflexividad y la estrategia de asumir o declarar reciprocidad, que corresponde a la apelación a la reciprocidad.

#### 3.2.2.1. Incluir los receptores en la acción

El uso de *nosotros*, que se conoce como inclusivo (Calsamiglia y Tusón, 2008: 130) o como una referencia pseudoinclusiva<sup>152</sup> es una estrategia persuasiva que le permite al columnista incorporar la figura del lector y compartir la responsabilidad de lo expresado en las columnas (Haverkate (1994: 139). Además, le ayuda al columnista como "call upon the cooperative assumptions"<sup>153</sup> y así puede crear una relación de solidaridad y complicidad con los lectores para poder involucrarlos en su punto de vista y actitud.

En nuestro corpus esta estrategia, de ejemplos como (7) de AB1, es más utilizada por Antonio Burgos en (47 casos) y por Maruja Torres (32 casos), mientras que Carlos Boyero y Ignacio Camacho utilizan en menor medida (13 y 9 casos respectivamente).

---

<sup>152</sup> El nuevo término, propuesto por Haverkate (1994: 139-140), de referencia pseudoinclusiva, es más adecuado que el tradicional plural de modestia porque sirve para no solo expresar modestia por parte del hablante sino también repartir la responsabilidad con el interlocutor y compartir el punto de vista con él.

<sup>153</sup> "[...] recurrir a supuestos cooperativos" (Brown y Levinson, 1987: 127).

(7) Tal día como hoy de hace nueve años, el 2 de enero de 2002, **todos estábamos** con una calculadora de pesetas a euros y de euros a pesetas que **nos acabábamos** de comprar. **Acabábamos** de rasgar el plástico de aquella bolsita que te daban en los bancos a cambio de pesetas y que la campaña de divulgación llamó Monedero Euro, lo que motivó las protestas de los demasiado creyentes, que cuando les daban el envoltorio de plástico reclamaban la marroquinería de piel. Creían que el Monedero Euro era de Ubrique. Antonio Burgos, AB1

### 3.2.2.2. *Asumir o declarar reciprocidad*

El valor cooperativo entre los interlocutores también se puede manifestar asumiendo reciprocidad. La forma típica a la que recurren los columnistas se expresa por los marcadores de modalidad epistémica de evidencia como *claro*, *por supuesto*, *desde luego*, cuya función es asignar validez general al miembro del discurso, ratificándolo o confirmándolo en la dimensión interlocutiva (Landone, 2009: 312).

A través de estos elementos, de asunción recíproca, los columnistas al expresar el comentario que aclara o explica el miembro discursivo que comenta, lo presentan, además, como perceptible o experimentable por todos, es decir, algo compartido por los interlocutores, adscrito a la esfera común y no como una imposición. De este modo, los marcadores de modalidad epistémica se convierten en recursos que permiten "desarrollar mayor número de estrategias comunicativas de cortesía positiva: refuerza la imagen positiva de los interlocutores, favoreciendo la identificación recíproca, la solidaridad, etc." (Zorraquino y Portolés, 1999: 4156).

En nuestro corpus hemos identificado elementos modales de reafirmación en 12 ocasiones y hemos comentado su uso en el apartado dedicado a la intensificación argumentativa.

Relacionado con la cortesía verbal cabe añadir que con estos elementos no solo se manifiesta la opinión del hablante, que además queda reforzada mediante estos elementos, sino también se "pide la colaboración del oyente en una misma línea argumentativa: eso implica el valor argumentativo de privilegiar ese argumento y llevar al oyente a una postura concurrente con la tomada por el hablante" (Landone, 2009:

314). Además, la evidencia marcada conduce a una interpretación compartida por los hablantes y no como una imposición del columnista, como se ve en (8) de CB5.

(8) La historia que cuentan es graciosa. Trescientos capos de la coca colombiana están negociando entregarse con la DEA norteamericana. A cambio, los redimidos podrían quedarse con la mitad de sus bienes y reducir su estancia en el trullo, que inicialmente sería de 50 años, a un periodo que oscila entre dos y cuatro años. Imaginas que estos hombres no solo se ganaron la vida haciendo *bisnes* con el polvo blanco, sino que desgraciadamente tuvieron que quitarle la suya a miles de personas. Pero son naderías. Todo es negociable si existe buena voluntad entre los narcos y sus supuestos cazadores. En España el trato es aún mejor. El Gobierno te ofrece la amnistía a cambio de un razonable 10% de tu fortuna. Y **por supuesto**, banqueros, gánsteres, políticos y representantes de la ley y la justicia se parten de risa cuando algún ingenuo plantea la necesidad de legalizar las drogas. Carlos Boyero, CB5

### 3.3. Cortesía negativa

Recordamos que el concepto de la cortesía negativa se basa en la preocupación de no invadir el territorio, de no limitar la libertad y de no impedir los actos del individuo. Es un término nemotécnico para referirse a la cortesía del NO, que propone no coartar y no coaccionar la voluntad o las acciones del interlocutor o del destinatario. Según Brown y Levinson (1978: 130) la cortesía negativa es "[...] the most elaborate and the most conventionalized set of linguistic strategies"<sup>154</sup>. Sus realizaciones lingüísticas que van desde la intención de ser convencionalmente indirecto, de preguntar y no comprometerse, de minimizar la imposición derivan de la idea general de distanciamiento social, del mismo modo que las manifestaciones de la cortesía positiva pretenden reducir y minimizar la distancia social (*op.cit.*).

Brown y Levinson (1987: 131 y sig.) distinguen cinco grandes mecanismos que engloban las estrategias de cortesía negativa:

- *Be direct* (Ser directo).
- *Don't presume /assume* (No presumir / asumir).

---

<sup>154</sup> "[...] la cortesía negativa es la categoría más elaborada y convencionalizada de las estrategias lingüísticas."

- *Don't coerce H* (No coartar al oyente).
- *Communicate S's want to not impinge on H* (Expresar que el hablante no quiere afectar al oyente, que no quiere coaccionarle).
- *Redress other wants of H's, derivative from negative face* (Compensar otros deseos del receptor que derivan de su imagen negativa).

Es importante destacar que los autores diferencian varias maneras de apelar a cada mecanismo, que dan lugar a estrategias específicas de cortesía negativa.

En la tabla siguiente podemos observar los mecanismos y las estrategias correspondientes, que son más recurrentes en nuestro corpus y, a continuación, comentamos los ejemplos de cada estrategia y veremos sus manifestaciones lingüísticas.

Cortesía verbal					
Cortesía negativa					
No coacer al receptor		Carlos Boyero	Maruja Torres	Antonio Burgos	Ignacio camacho
Minimizar la imposición del acto	Modalizadores	28	44	43	1
Ser diferente	Fórmulas de tratamiento		Ustedes: 2 Usted: 2	Usted: 6 Ustedes: 2	
<b>Total</b>		<b>28</b>	<b>48</b>	<b>51</b>	<b>1</b>
Expresar que el emisor no quiere afectar al receptor					
Impersonalizar	Desfocalización	Se: 1 2ª p.s.: 15 3ª p.sg.: 1	Estructura impersonal: 2	2ª p.sg.: 18 3ª p.pl: 17	3ª p.sg: 3 2ª p.sg: 3 Est. con se: 4
<b>Total</b>		<b>17</b>	<b>2</b>	<b>35</b>	<b>10</b>
<b>Total</b>		<b>45</b>	<b>50</b>	<b>86</b>	<b>11</b>

En una primera apreciación de los datos de la tabla, se puede ver que Antonio Burgos es el columnista quien muestra el mayor interés para proteger la imagen negativa de sus lectores para que no se sintan coartados o coaccionados. El uso de esta estrategia es significativo también en las columnas de Maruja Torres y Carlos Boyero, mientras que en las columnas de Ignacio Camacho es casi es mínimo.

A continuación vamos a ver cuales son las realizaciones lingüísticas más destacadas de la cortesía negativa en las columnas de cada autor y el análisis completo se puede consultar en los [Anexos](#)<sup>155</sup> a partir de la página 41.<sup>156</sup>

### 3.3.1. No coercer al receptor

Uno de los mecanismos descritos por Brown y Levinson (1987: 172), que implica complacer la imagen negativa del receptor es el de evitar coartar/forzar al receptor. Este mecanismo da lugar a dos estrategias específicas: minimizar la imposición del acto y ser deferente, mostrar alguna deferencia hacia el otro.

#### 3.3.1.1. Minimizar la imposición del acto

Expresar la opinión o actitud con respecto a algo desde el punto de vista personal es una estrategia de cortesía negativa, que sirve para no atacar la imagen del receptor y a la vez hacer que acepte lo dicho.

When used in the first person, simple present time, the semantic content of a weak assertive predicate in its parenthetical sense is reduced to the extent that it makes no assertion in itself, but rather only describes the speaker's attitude toward the truth of the asserted proposition, which lies in the complement (Hooper, 1975: 101).<sup>157</sup>

Los predicados cognitivos doxáticos (basados en las creencias) como *creer*, *pensar*, *parecer* son los que producen efectos atenuadores. Cuando los columnistas

---

<sup>155</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

<sup>156</sup> Los mecanismos lingüísticos de las estrategias de la cortesía coinciden con los mecanismos ya analizados en otros aspectos. Por eso, los resultados que se han obtenido de las tablas analíticas que corresponden al análisis de la orientación, fuerza y las figuras de emisor y receptor.

<sup>157</sup> "Cuando se usa la primera persona del presente, el contenido semántico de un predicado débilmente asertivo queda reducido en el sentido de que no hace una aserción auténtica, sino que describe más bien la actitud del hablante respecto a la verdad de la proposición aseverada, que se expresa en el complemento" Cita y traducción tomada de Haverkate, 1994:125.

utilizan estos verbos en la primera persona singular limitan su opinión o creencia al plano personal sin pretensión de generalizar y de abarcar la realidad factual. De este modo los columnistas consiguen no imponer su opinión y no amenazar la imagen positiva de los lectores porque así les dan espacio para tener una opinión diferente.

En nuestro corpus, todos los columnistas, excepto Ignacio Camacho utilizan en mayor o menor grado esta estrategia. Pero el columnista que más recurre a este procedimiento es Carlos Boyero (28 casos), mientras Maruja Torres y Antonio Burgos lo utilizan en 18 y 13 casos respectivamente.

En el ejemplo siguiente, (9) de MT3, la columnista utiliza el predicado doxático (de opinión, creencia o suposición) *me había parecido* en la conclusión y así consigue un efecto más atenuador y una interpretación menos asertiva que muestra mayor grado de respeto de la imagen negativa del lector.

(9) Nunca la publicidad **me había parecido** tan repleta de seres humanos normales, nunca la sentí tan cercana a la realidad. Maruja Torres, MT3

### 3.3.1.2. Ser deferente

Esta estrategia puede manifestar, por un lado, que el hablante se pone en una posición inferior con respecto al receptor o, por otro, que se dirige al receptor con halago, respetando su imagen negativa, para que no se siente coaccionado. En ambos casos al receptor se le asigna una posición superior y este hecho implica que el hablante reconoce los derechos del receptor de sentirse coaccionado o coartado.

A nivel lingüístico, la forma típica de la manifestación de esta estrategia es el uso de pronombres de tono/registro formal. Hemos mencionado más arriba que tradicionalmente se distingue entre pronombres de uso informal y familiar, el pronombre *tú*; y de uso formal y cortés, el pronombre *usted*. También hemos visto que con el uso del pronombre *tú* los columnistas pretenden acercarse a los lectores. Ahora bien, "la elección de *usted* representaría el mantenimiento de estrategias comunicativas



más conservadoras y tradicionalmente más prestigiosas, que se relacionan con la denominada cortesía negativa" (Blas Arroyo, 1994-1995: 41).

En nuestro corpus el uso de *usted* siempre está al servicio de la cortesía para indicar el respeto y la consideración por los lectores. El tratamiento de *usted* es, como apunta Blas Arroyo (1994: 13), "una muestra de deferencia por parte del hablante en cuya competencia comunicativa está interiorizada una regla según la cual otra forma interpelativa podría ser interpretada por el interlocutor como demasiado agresiva". Es decir, "dan cita la reverencia o el respeto hacia el interlocutor con el que además el grado de familiaridad es escaso o nulo (Blas Arroyo, 1994: 12).

Los columnistas que hacen referencia los lectores con las formas *usted* o *ustedes* son Antonio Burgos y Maruja Torres en 8 y 4 ocasiones respectivamente, en ejemplos como (10) de MT5.

(10) No me extraña que la propuesta de que se hagan públicos los bienes de los parlamentarios excitara al señor Duran i Lleida hasta el punto de llamar funcionarios y pobres a quienes accedieran a las bancadas sin poseer las aptitudes necesarias para representarnos. Solo personas así permitirían que se examinaran sus cuentas públicamente. Son poquita cosa. Gente que no ha tenido más remedio que meterse a funcionario: **ya saben**, el que cobra tan poco como maestro es porque no puede hacer nada más. Y el que no sale de pobre, algo habrá hecho. ¿Rigidez calvinista, prejuicios de clase, mucho morro? Maruja Torres, MT5

### 3.3.2. Expresar que el emisor no quiere afectar al receptor

Otra forma para favorecer la imagen negativa del interlocutor consiste en indicar implícitamente que el locutor es consciente de la existencia del acto que pueda amenazar la imagen. El recurso utilizado por los columnistas del nuestro corpus que le sirve no afectar al receptor es la impersonalidad.

En este aspecto vamos a referirnos al procedimiento llamado de desfocalización<sup>158</sup> por Haverkate (1994: 129) que consiste básicamente en las

---

<sup>158</sup> La desfocalización corresponde a la segunda categoría de las manipulaciones del valor veritativo de la proposición que se refiere a las estrategias deícticas, precisamente la deixis personal (Haverkate, 1994: 129, 131).

expresiones indirectas o referencias no específicas, que se utilizan para impersonalizar y silenciar la identidad de los interlocutores (Haverkate, 1994: 131).

Esta estrategia es un reflejo del deseo del hablante de distanciarse de su discurso para reducir tanto su papel como el del receptor y, por último, no imponer su opinión o actitud al receptor. Los columnistas crean un espacio para que los lectores puedan entender el contenido expresado en las columnas como algo aceptado por la comunidad y así protegen su imagen sin poner en riesgo su relación con los lectores. Las formas típicas que se utilizan con este fin en las columnas son: el pronombre pseudoreflexivo "se", la segunda persona singular del verbo.

Resulta destacable mencionar que es uno de los procedimientos que tiene la frecuencia más alta de aparición, en 64 casos. Antonio Burgos es el autor que más recurre a este recurso, en 35 casos, mientras que los otros columnistas con una frecuencia menor: Carlos Boyero (17 casos), Ignacio Camacho (10 casos) y Maruja Torres (2 casos).

a. El pronombre pseudoreflexivo "se". Las estructuras con *se* suponen un distanciamiento entre el columnista y su discurso de modo que el columnista puede expresar su opinión, estar en el centro de atención, y a la vez no perjudicar su relación con el interlocutor.

En el siguiente ejemplo (11), de IC8, con el pronombre pseudoreflexivo se implica que lo que se asevera no corresponde a un punto de vista personal del hablante, sino se presenta como la única opción y, por tanto, una verdad reconocida.

(11) De ese marco estancado de pesimismo social **sólo puede salirse** mediante una reactivación significativa y constante del empleo de la que no aparecen síntomas ni a medio plazo. Para evitar el colapso **se necesitan** entre tres y cinco millones más de nuevos cotizantes, pero la economía está en estado de coma y amenaza con un largo estancamiento. Con un horizonte tan lejano, **la pregunta que cabe hacerse** es si la reforma de la jubilación puede tener sentido en un tejido laboral destrozado o si una medida así, en ausencia de recuperación, sólo sirve para transferir el problema de las pensiones al desempleo. Ignacio Camacho, IC8

b. La segunda persona singular del verbo. Las construcciones con la 2ª persona singular son las más numerosas en nuestro corpus. Estas expresiones, aunque formalmente se orientan al interlocutor, generan una interpretación genérica en las que tanto la figura del columnista como la del lector permanecen desfocalizadas. La desfocalización producida se convierte en un recurso que está al servicio de la cortesía verbal porque, por un lado, protege la imagen de los interlocutores, y por el otro, no perjudica su relación.

Hemos visto en el apartado correspondiente que el uso del pronombre *tú* se puede interpretar como una estrategia atenuadora de cortesía positiva que sirve para manifestar solidaridad con el grupo. Al contrario, otra función está relacionada con otro tipo de mitigación, *mitigación egocéntrica* que implica que la figura del columnista está presente de una forma implícita porque las expresiones en la segunda persona singular le permiten expresar una generalización basada en su propia experiencia, es decir, su punto de vista (Haverkate, 1994: 137). Pero, con estas expresiones de mitigación se consigue proteger la imagen negativa expresando su visión personal, que se interpreta como una visión general compartida por la sociedad. Así se ve en (12) de IC6.

(12) Rajoy no es un líder capaz de entusiasmar ni a los más próximos. Su estilo cachazudo, rígido y algo rancio, que mejora en las distancias cortas, le aleja de cualquier conexión emotiva con la gente. Por ello está basando su estrategia en la solidez de un partido que ya sacó al país de un atolladero ingrato, que tiene cuadros bien preparados y experiencia solvente de gobierno. Su defecto de carisma lo trata de compensar mediante la confianza; frente a la inmadura trivialidad del zapaterismo pretende ofrecer ante todo una imagen de sensatez, seguridad y equilibrio. La del tipo con el que acaso nunca te irías de copas pero al que le prestarías las llaves de tu coche para que te lleve a casa. Sobre todo si el coche está averiado y tienes que confiar en que lo sepa poner en marcha. Ignacio Camacho, IC6

### 3.4. Recapitulación

Como tercer objetivo de esta tesis se han estudiado las manifestaciones de la cortesía verbal al expresar diferentes puntos de vista y diferentes actitudes con referencia a lo manifestado. Por tanto, se ha establecido la relación entre la argumentación por convicción y la cortesía. Recordamos que, por un lado, el hecho de

que uno argumente es una forma de ser cortés ya que justifica lo que pretende concluir y conseguir y así colabora con el otro razonando y aportando las propuestas de una manifestación de 'poder blando'. El uso de la cortesía tiene un fin de convencer al receptor de algo y por eso se puede considerar un medio de argumentación. Aunque enfatiza más el aspecto psicológico y sociológico de la comunicación, la cortesía verbal está al servicio de la argumentación y es uno de los mecanismos de la persuasión razonada.

Tal como se ha apuntado antes, la cortesía positiva es una compensación dirigida a la imagen positiva del destinatario que se fundamenta en el deseo de cada individuo de que la imagen que tiene de sí mismo quede reconocida y reforzada por otros miembros de la sociedad.

El procedimiento denominado *claim common ground* (apelar al 'terreno común') implica que tanto el locutor como su interlocutor pertenecen al mismo grupo de personas que comparten deseos, objetivos y valores específicos (Brown y Levinson, 1987: 103). En nuestro corpus hemos identificado tres estrategias que corresponden a este procedimiento: atender a las necesidades del receptor, intensificar el interés por el receptor y destacar la pertinencia al mismo grupo social.

La segunda clase de estrategias de cortesía positiva propuesta por Brown y Levinson (1987: 125) deriva de la intención de mostrar que tanto el locutor como el receptor están involucrados y de la intención de expresarse de una manera cooperativa. Las estrategias que utilizan los columnistas con este fin son la inclusión de los receptores en la acción que corresponde a la apelación a la reflexividad y asumir o declarar reciprocidad que corresponde a la apelación a la reciprocidad.

En las columnas que forman parte del corpus de esta tesis las manifestaciones de la cortesía positiva aparecen en 225 ocasiones. El columnista que más recurre a este proceder es Antonio Burgos (99 casos) seguido por Maruja Torres (63 casos), mientras que Carlos Boyero y Ignacio Camacho lo usan con menos frecuencia (34 y 29 casos respectivamente).

En relación con la cortesía negativa, recordamos que es una compensación dirigida a la imagen negativa del destinatario y se basa en la preocupación de no invadir el 'ambito del interlocutor, de no limitar la libertad y de no impedir los actos del individuo.

Las estrategias utilizadas por los columnistas corresponden al mecanismo que busca no coartar y no coaccionar al receptor. El primer mecanismo da lugar a dos estrategias específicas: minimizar la imposición del acto y ser deferente.

El segundo indica implícitamente que el locutor es consciente de la existencia del acto que pueda amenazar la imagen. El recurso utilizado por los columnistas del nuestro corpus que le sirve no afectar al receptor es la impersonalidad.

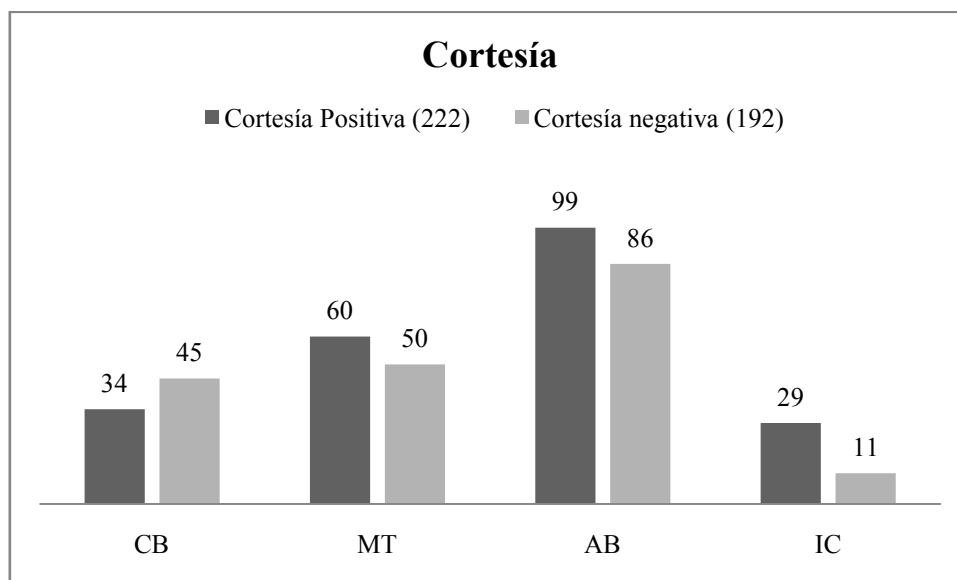
Los columnistas recurren a procedimiento de cortesía negativa en 192 ocasiones, que tienen igual que en el caso de cortesía positiva, la misma distribución. En las columnas de Antonio Burgos se han encontrado más manifestaciones de cortesía negativa (86 casos), seguido por Maruja Torres y Carlos Boyero (50 y 45 casos respectivamente), mientras que en las columnas de Ignacio Camacho el uso es relativamente bajo (11 casos).

Para concluir, en la tabla siguiente recogemos los resultados de cada aspecto y a continuación comentamos los aspectos que más destacan.

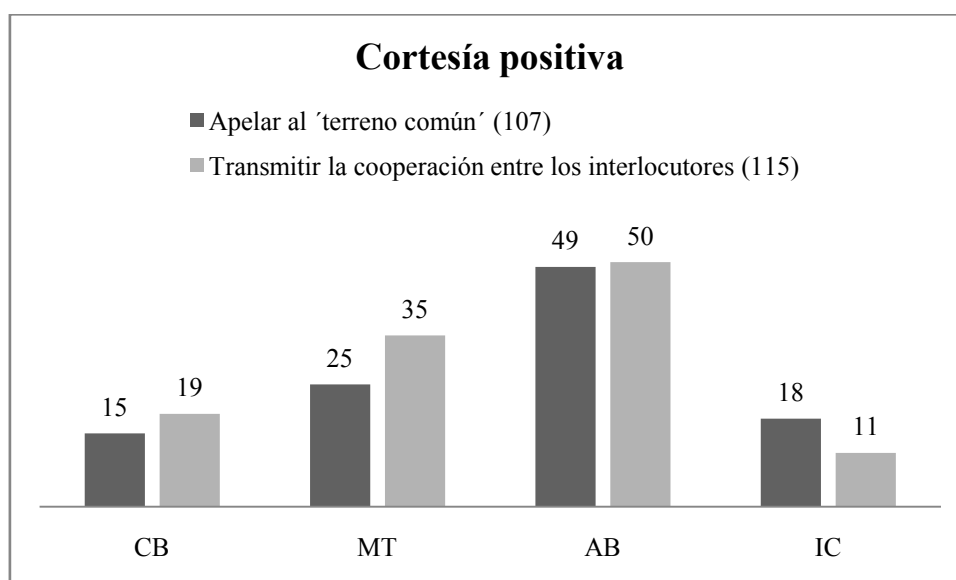
Argumentación y cortesía verbal									
Cortesía positiva					Cortesía negativa				
	CB	MT	AB	IC		CB	MT	AB	IC
<b>Apelar al 'terreno común'</b>	15	25	49	18	<b>No coercer al receptor</b>	28	48	51	1
<b>Transmitir la cooperación entre los interlocutores</b>	19	35	50	11	<b>Expresar que el emisor no quiere afectar al receptor</b>	17	2	35	10
<b>Total</b>	34	60	99	29		45	50	86	11

Tal como se puede ver en la tabla, tanto la cortesía positiva como la negativa tienen un uso parecido, con una frecuencia un poco más alta de cortesía positiva. Las

diferencias en los distintos valores de las cifras del cuadro anterior se aprecian bien en los gráficos a continuación:

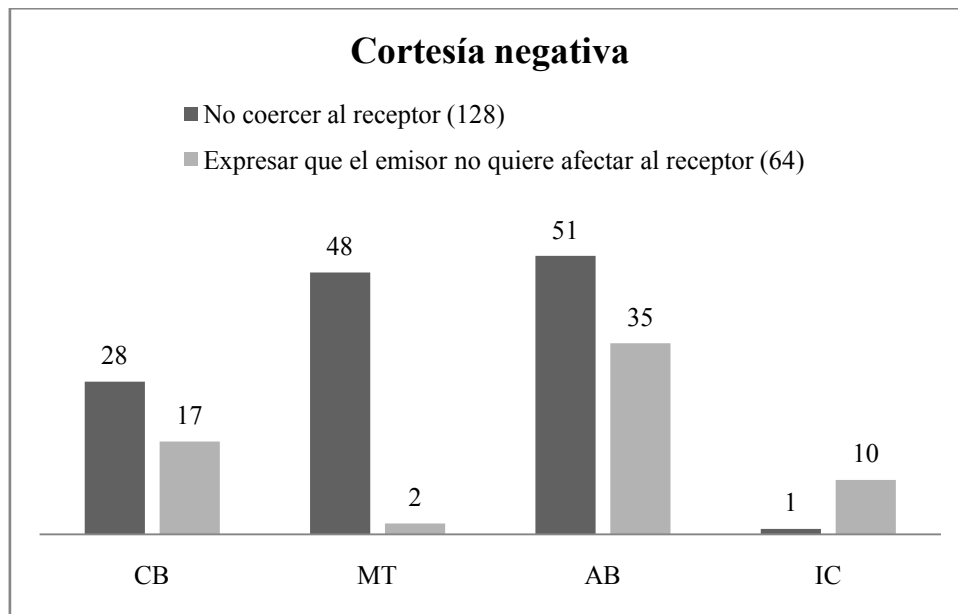


Como se puede observar, Antonio Burgos es el columnista quien muestra el mayor interés para proteger la imagen positiva del locutor. Maruja Torres también recurre a esta estrategia, mientras que en el caso de Carlos Boyero e Ignacio Camacho el interés es menor. En cuanto al uso de estrategias, ambas tienen un uso bastante similar.



Por otro lado, en cuanto a la cortesía negativa, se puede ver que Antonio Burgos es el columnista quien muestra el mayor interés para proteger la imagen negativa de sus

lectores para que no se sintan coartados o coaccionados. El uso de esta estrategia es significativo también en las columnas de Maruja Torres y Carlos Boyero, mientras que en las columnas de Ignacio Camacho es casi es mínimo. En cuanto a las estrategias utilizadas, la de no coacer al receptor tiene una frecuencia de uso mayor.







## **D. CONCLUSIÓN**



## 1. RECAPITULACIÓN DE ALGUNOS PUNTOS ESENCIALES DE LA TESIS

A continuación, por un lado vamos a presentar las conclusiones a las que hemos llegado y evaluar e interpretar las observaciones. Por otro lado, vamos a apuntar las posibles líneas futuras de investigación. De esta manera pretendemos dar cuenta y destacar la complejidad del discurso periodístico opinativo, en particular el discurso de las columnas, que precisamente por esa característica ofrece varias perspectivas de estudio. El modelo de análisis llevado a cabo en esta tesis es solo una forma de estudiar y describir las características generales de las columnas periodísticas como un tipo discursivo de especial importancia y relevancia en el mundo de los medios de comunicación.

Primero, nos vamos a recordar de algunos puntos esenciales de la tesis y después vamos a señalar los resultados del análisis comparativo de todos los aspectos que hemos abarcado en este trabajo sobre los mecanismos lingüísticos y pragmáticos de argumentación en las columnas estudiadas.

### 1.1. Objetivos y las cuestiones esenciales

Como ya se ha mencionado varias veces, el objetivo de esta tesis ha sido analizar y comparar manifestaciones lingüísticas de la opinión y de la argumentación en las columnas periodísticas.

1. El primer objetivo ha consistido en analizar los recursos y exponentes propios de la argumentación que se ponen de manifiesto en las columnas de los columnistas de *El País*: Carlos Boyero y Maruja Torres; y de los columnistas de *ABC*: Antonio Burgos e Ignacio Camacho. Dado que la relación argumentativa se define a partir de las nociones de orientación argumentativa y fuerza argumentativa, para cumplir este objetivo hemos intentado responder a las dos siguientes preguntas:

*¿Cuáles son los mecanismos que marcan la orientación argumentativa? Y a continuación, ¿cuáles son los exponentes que marcan fuerza argumentativa?*

Para cumplir con este objetivo, nos hemos limitado a los conceptos de coorientación y antiorientación en cuanto a la orientación argumentativa, y los conceptos de intensificación y atenuación argumentativa en cuanto a la fuerza.

2. En segundo lugar, se han analizado los recursos lingüísticos relacionados con el carácter dialógico de la argumentación y hemos intentado responder a la siguiente pregunta:

*¿Cuáles son los mecanismos relacionados con la figura del emisor y la del receptor?*

Para responder a esta pregunta, por un lado hemos analizado cómo se manifiesta la visión personal de la figura del emisor, los columnistas en nuestro caso, las manifestaciones de polifonía en su discurso y el uso de las estructuras impersonales, que sirven para la desautorización y despersonalización del discurso. Por otro lado, nos hemos ocupado de la figura del receptor y los mecanismos que utilizan los columnistas para hacer referencia a él en sus columnas.

3. En tercer lugar, nos hemos ocupado de estudiar las manifestaciones de cortesía verbal al expresar diferentes puntos de vista, diferentes actitudes, acuerdos o desacuerdos con referencia a lo manifestado y hemos intentado responder a la siguiente pregunta:

*¿Cómo se manifiesta en las diferentes fuentes la relación entre la argumentación y la cortesía?*

Recordamos, por un lado, el que uno argumente es una forma de ser cortés ya que justifica lo que pretende concluir y conseguir y así se manifiesta colaborativo con el otro. Por otro lado, el uso de la cortesía pretende convencer al receptor de algo y por eso se puede considerar un medio de argumentación. Desde nuestro punto de vista, como hemos tenido ocasión de poner en evidencia, aunque enfatiza más el aspecto psicológico y sociológico de la comunicación, la cortesía verbal está al servicio de la argumentación

y es uno de los mecanismos de la argumentación y persuasión. El fin argumentativo de la cortesía es conseguir algo del otro y el fin de la descortesía puede ser conseguir de forma indirecta un objetivo o transmitir una posición de poder, convencer o provocar alguna reacción en el otro.

Para llevar a cabo ese análisis se han escogido columnas firmadas, publicadas en dos periódicos de orientación distinta: *El País* y *ABC*. Los autores de las columnas elegidas de *El País* son Carlos Boyero y Maruja Torres y de *ABC*, Antonio Burgos e Ignacio Camacho.

Tanto el contenido como las estrategias que constituyen las columnas periodísticas responden a un propósito argumentativo, es decir, son, procedimientos para confirmar y legitimar las convicciones y actitudes de los interlocutores. Además, el interés por el género periodístico se debe a las características propias del lenguaje de los medios de comunicación de masas que lo distinguen de otros usos lingüísticos y con varias ventajas como múltiples autores y difusión masiva. Desde el punto de vista aplicativo, el interés por el papel del periodismo actual como referencia social nos ha motivado intentar averiguar cómo el lenguaje de los medios de comunicación crea corrientes de opinión en la sociedad porque, tal como ha apuntado Noam Chomsky en varias ocasiones, los medios de comunicación no solo influyen en nuestra percepción de la realidad social, sino también, influyen en nuestras opiniones y actitudes. La prensa es un medio poderoso que genera opinión simplemente por la selección de temas que cubre, pero, también, a través de los textos de opinión, llamados también géneros argumentativos, que comentan los acontecimientos y pretenden influir en el lector. Por tanto, nos interesa acercarse a los estudios de la Literacidad Crítica y su aplicación en la enseñanza de E/LE.

En cuanto al análisis de los datos, hemos partido de la concepción de la argumentación como una característica del discurso humano que se manifiesta a través de diferentes marcas lingüísticas y discursivas. Teniendo en cuenta eso, hemos observado mediante el análisis discursivo cuáles son los mecanismos lingüísticos y pragmáticos usados por los autores para presentar su opinión, defender su tesis y al final

persuadir al lector, es decir, qué elementos cumplen la función de marcadores de la argumentación.

Por tanto, esta tesis ha tratado de responder las siguientes cuestiones, que nos han servido como guía a lo largo de la investigación y que, por tanto, consideramos esenciales y definatorias.

1. ¿Los columnistas de *El País* y de *ABC* usan formas y procedimientos de manifestación de opinión, de argumentación y de cortesía diferentes de acuerdo con las supuestas diferencias ideológicas entre los dos medios donde publican, Maruja Torres (MT) y Carlos Boyero (CB), en *El País*, y Antonio Burgos (AB) e Ignacio Camacho (IC), en *ABC*?
2. Recíprocamente, ¿las diferencias ideológicas entre los medios, *El País* y *ABC*, se manifiestan en las formas de argumentar y estrategias de cortesía lingüística de las columnas de sus respectivos columnistas?
3. De otro modo, ¿las columnas de MT y CB, por un lado, y de AB e IC, por otro, usan formas de expresión distintas según las diferencias ideológicas coherentes con los medios donde publican?
4. Este estudio de las formas de opinión, de argumentación y de cortesía; de los exponentes lingüísticos de tales columnas de MT y CB o AB e IC, quiere establecer si:
  - ¿Dependen de las diferencias ideológicas de cada pareja de columnistas?
  - O bien ¿dependen de condiciones expresivas propias de cada autor?
5. Dicho de otro modo, desde otra perspectiva, el análisis de las columnas de los autores citados ha de responder a estas cuestiones:

- ¿Los columnistas de un medio, de *El País* o de *ABC*, coinciden en la elección de determinadas formas de expresión de la opinión, de la argumentación y de la cortesía?
- O, más bien, ¿la elección de determinadas formas de manifestación de la opinión, de la argumentación y de la cortesía, dependen estrictamente del autor? O sea, que autores de diferentes ideologías (MT e IC, MT y AB, CB e IC, CB y AB) coinciden, según lo que podríamos llamar las condiciones personales de estilo de cada autor, en el uso de determinadas formas o exponentes lingüísticos, de ciertas estrategias o configuraciones sintácticas o semánticas, en sus manifestaciones de opinión, de argumentación y de cortesía.

6. En definitiva, la pregunta esencial a la que quiere responder esta tesis es la siguiente:

- ¿Las formas o estrategias de opinión, de argumentación y de cortesía dependen de la ideología (que las condiciona), o dependen, más bien, del estilo personal de cada autor?

Destacamos una vez más tal como ya hemos advertido en la *Introducción*, que en esta tesis, en ningún momento nos hemos referido al objeto, al sentido, o a la orientación de la opinión y de la argumentación de los columnistas, cuyo contraste ideológico damos por supuesto, y que se deduce fácilmente de los perfiles curriculares de cada columnista y de los medios donde publican, que se han reseñado con más detalles en la parte B de esta tesis, *Configuración de corpus y la metodología*. El objeto de esta tesis no han sido las manifestaciones de las distintas orientaciones ideológicas que podrían ser objeto de otra tesis.

## 1.2. Marco teórico y las bases para el estudio

Una vez que hemos destacado la relevancia del tema y que hemos definido los objetivos de esta tesis en la primera parte (A) de la tesis, *Marco Teórico*, nos hemos centrado en recordar los conceptos teóricos y definir y fijar el marco de referencia fundamental que nos ha servido como punto de partida esencial para el estudio de las columnas. Lo justifica así la extensión ¿excesiva? aparentemente de esta parte de la tesis dedicada a la manifestación de la opinión, de la argumentación y de la cortesía en las columnas de autores de referencia de *El País* y de *ABC*. En este sentido, por un lado, hemos partido de la definición y de un recordatorio preciso de los conceptos tradicionales, clásicos, de retórica y argumentación y, por otro, hemos tratado de exponer las ideas principales que el periodismo de opinión ha tomado de la retórica, que fue la primera en ocuparse de reflexionar sobre los recursos que emplea el orador para persuadir a un auditorio por medio del lenguaje.

Con este motivo hemos intentado hacer un recorrido desde las perspectivas lógico-retóricas hasta las teorías contemporáneas que conciben la argumentación como un fenómeno social, discursivo y dialógico y hemos revisado las teorías y estudios de la argumentación que consideramos que han tenido mayor influencia en la historia reciente del estudio de la argumentación y que consideramos de mayor importancia para nuestra tesis.

Para tener una visión más global y profunda, nos hemos acercado al estudio de la argumentación desde el punto de vista discursivo y, también, hemos dedicado un capítulo a la caracterización y descripción del discurso periodístico desde el punto de vista menos lingüístico y más desde el punto de vista de los estudios de comunicación y periodismo.

Una vez revisados y recordados los conceptos y las teorías que consideramos fundamentales y esenciales para esta tesis sobre dedicada a la manifestación de la opinión, argumentación y cortesía en las columnas de autores de referencia de *El País* y de *ABC*, al final de esta primera parte (A), en el capítulo A.4, *Bases para el estudio. Instrumentos y conceptos fundamentales del marco teórico*, hemos especificado los



instrumentos y conceptos fundamentales del marco teórico que nos han servido para hacer establecer las bases del estudio. Hemos recordado los conceptos claves de *La Teoría de la Argumentación en la Lengua* de Anscombe y Ducrot y de la idea fundamental de Pragmalingüística.

La *Teoría de la Argumentación en la Lengua* de Jean-Claude Anscombe y Oswald Ducrot defiende la idea de que no se argumenta "con" la lengua, sino "en" la lengua. Entonces, son los elementos lingüísticos los que condicionan la dinámica discursiva con su significación y no los hechos que pudieran representar. Según eso no se argumenta "con" unos enunciados que representan unos hechos, sino "en" la misma forma lingüística de esos enunciados reside el potencial argumentativo. Aunque en su fase inicial, los autores distinguían entre unos elementos que informaban y poseían condiciones de verdad y otros que argumentaban, más adelante introdujeron el concepto de "argumentatividad radical" que implica que todas las unidades lingüísticas contienen una significación argumentativa, de un modo u otro.

De este modo, la dinámica discursiva está lingüísticamente condicionada y no se debe exclusivamente a motivos contextuales. Precisamente el hecho de que la significación de la frase en sí misma contiene instrucciones que implican una serie de constricciones es en lo que consiste la tesis general de la teoría.

En la segunda fase de su teoría, la noción de potencial argumentativo se mantiene, pero ahora no se define en términos de conclusiones sino se introduce un nuevo concepto, el de *topos*. Este es el punto fundamental de la teoría que aclara que la relación entre argumento y conclusión preexiste al momento de la comunicación. Oswald Ducrot (1986) entiende el concepto de *topos* como una regla general que permite establecer dicha conexión que se instala o ya está instalada en la mente de los participantes en el encuentro dialógico. Es un principio común, general y gradual. El carácter gradual es el aspecto que constituye el fundamento de la lengua y está reforzado por el concepto de *forma tópica intrínseca*. El *topos* vincula el argumento y la conclusión y es el garante que asegura el trayecto argumentativo.

Otra idea que ocupa una función importante es la idea de *fuerza argumentativa* con la que se convoca el *topos*. Anscombe y Ducrot formulan una hipótesis según la cual las palabras con contenido léxico, nombres y verbos principalmente, se describen como haces de *topoi*. Esta idea está unida con la idea de la *fuerza argumentativa* con la que se convoca el *topos*, lleva a plantear que la significación de las palabras, construidas por *topoi*, comparten en sí mismas un tipo de gradualidad. Por tanto, esta última hipótesis conlleva a la conclusión que en los encadenamientos argumentativos, no sólo la conclusión pueden determinar semánticamente el argumento, sino que el argumento también puede determinar la conclusión.

A partir de allí se añade la idea de que el sentido de un fragmento de discurso reside en su *orientación*. Anscombe y Ducrot plantearon que el uso de un elemento lingüístico ya lleva en sí una orientación argumentativa. El valor argumentativo de un enunciado está determinado por su orientación argumentativa y por el carácter gradual de dicha orientación. Por tanto, se pueden establecer dos clases argumentativas. Todos los argumentos que lleven a una misma conclusión son coorientados, mientras que los antiorientados van ordenados a una conclusión contraria. Por tanto, podemos decir que la relación argumentativa se define a partir de las nociones de orientación argumentativa, fuerza argumentativa e intención argumentativa.

Sin embargo, en nuestra opinión y, como ya habían apuntado, para muchos autores<sup>159</sup>, es verdad que la argumentación es una dimensión que puede tener cualquier discurso, pero eso no implica que toda manifestación lingüística sea argumentativa. Ante esta idea de la argumentación, Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2002:21) se preguntan: "¿El mismo hecho de hablar tiene la intención de convencer en cierto modo al receptor, es decir, de hacer que esté "de acuerdo" con el que habla, o, al menos, "colabore" con él?" Esta pregunta ha llevado más tarde a una de las autoras a afirmar que: "La argumentación está, indudablemente, en el discurso, pero quizás sea excesivo hablar de que está en la lengua, a no ser que entendamos por argumentación el intento de todo hablante de que el oyente acepte su discurso" (Fuentes Rodríguez, 2009a: 109).

---

<sup>159</sup> Catalina Fuentes Rodríguez y Esperanza Alcaide (2002: 21-24).

Las citadas autoras consideran que la afirmación de que la argumentación está en la lengua ha de aclararse puesto que en la práctica todos los textos tienen la intencionalidad de comunicar con el oyente y, por tanto, buscan también el consenso, necesario para que el acto comunicativo se produzca (Fuentes y Alcaide, 2002: 21). A partir de allí entienden que el planteamiento de Anscombe y Ducrot (1994) hay que entender como una *argumentación en el lenguaje*, porque es "una característica inherente al lenguaje como medio de comunicación" (2002: 21). No obstante, las mismas autoras señalan que:

Hay una diferencia entre buscar la colaboración del oyente, que no tenga una actitud de rechazo ante lo que se dice y que acepte hablar con el interlocutor y colabore, a marcar el discurso de forma externa y conscientemente para que el oyente llegue a pensar determinadas cosas (Fuentes y Alcaide, 2002: 22).

Desde el punto de vista antropológico o sociológico, la comunicación es la búsqueda de la compañía y, por tanto, es algo que está más allá del lenguaje y que pertenece a la propia ontología de la comunicación, es comunicar en sí y supone el grado 0 de la argumentación.

Por tanto, para ellas, la argumentación corresponde a una *dimensión* presente en todos (o la mayoría) de los enunciados, en la medida en que orientan al receptor hacia determinada conclusión y en este punto coinciden con Anscombe y Ducrot [1994].

[...] la argumentación es una dimensión que puede afectar a cualquier tipo de textos: conversacional, jurídico, publicitario, administrativo, narrativo, etc. El hablante puede construir su mensaje con el objetivo de guiar al oyente hacia determinadas conclusiones (Fuentes y Alcaide, 2000; 2007: 7).

Además, señalan que «el propio acto de hablar lleva consigo la intención de convencer y persuadir al receptor, y de conseguir su acuerdo y su colaboración» (Fuentes y Alcaide, 2007: 11). Desde este presupuesto, definen como argumentativo «aquél texto o secuencia que marca explícitamente el razonamiento al que quiere llevar al interlocutor» (Fuentes y Alcaide, 2002: 22).

La argumentación concebida como una dimensión tiene su manifestación lingüística en una serie de mecanismos que pueden abarcar el aspecto fónico, sintáctico o semántico (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2007: 7).

De este modo, esta concepción de argumentación corresponde al objetivo de esta tesis de identificar y reconocer cuáles son los instrumentos y mecanismos más usados en los respectivos autores cuyas columnas, de *El País* y de *ABC*, hemos analizado.

### **1.3. La configuración del corpus y la metodología**

La segunda parte (B) de esta tesis se ha dedicado a explicar la configuración del corpus, fuente de los datos de estudio, y la metodología aplicada para analizar los datos. En el capítulo B.1 de esta parte, *Tipos de datos y selección del corpus*, nos hemos ocupado de presentar las características principales del corpus y el proceso de selección del corpus. Y en el capítulo B.2, *Tratamiento de los datos y metodología*, hemos explicado las herramientas teóricas generales que nos han servido como base para definir la metodología aplicada para tratar los datos del corpus.

Tanto los autores como los medios, *El País* (Carlos Boyero y Maruja Torres) y *ABC* (Antonio Burgos e Ignacio Camacho) se han elegido por su contraste ideológico, supuesto o previamente establecido, para garantizar la diferencia de expresión. Porque el objeto de este trabajo consiste en identificar las distintas formas de expresión de cada postura ideológica de los diferentes medios (*El País* y *ABC*). Dicho de otro modo: ¿Cómo se manifiestan? Y ¿Cuáles son los diferentes recursos expresivos de la argumentación y de la cortesía usados por los columnistas de cada medio de una u otra consideración ideológica? ¿Dependen de esas diferencias de ideología de cada autor y de cada medio o dependen más bien del estilo personal de cada columnista? Este es el auténtico objeto de la tesis resumido en una frase.

La muestra está constituida por cuarenta columnas (diez columnas de cada autor) extraídas de la página de opinión de la versión digital de los periódicos españoles

*El País*<sup>160</sup> y *ABC*<sup>161</sup> que corresponden al periodo enero 2011 hasta junio 2011. La selección de los textos analizados se ha hecho al azar. Los textos recopilados están disponibles en [Anexos](#)<sup>162</sup> (p. 15) de esta tesis.

La focalización en dos de los periódicos más relevantes de la prensa española actual, *El País* y *ABC*, nos ha posibilitado sopesar el proceso argumentativo al que recurren los autores de ambos periódicos. Además, nos ha permitido comprobar si los autores, realmente, someten sus recursos lingüísticos a la ideología del periódico o, por el contrario, los recursos y mecanismo lingüísticos son sometidos a su propio estilo y posturas ideológicas postuladas.

A continuación, nos dedicaremos a explicar cada aspecto del análisis con más detalles y con las conclusiones principales a las que hemos llegado.

---

<sup>160</sup> Disponible en: <http://elpais.com/elpais/opinion.html>.

<sup>161</sup> Disponible en: <http://www.abc.es/opinion/editoriales-columnistas.asp>.

<sup>162</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

## 2. INTERPRETACIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS

La tercera parte de la tesis (C), *Análisis de los datos y resultados*, es la parte central, se ha ocupado a comentar el proceso y los resultados del análisis de los datos. Una vez establecido y fijado el marco teórico de referencia, el análisis de los datos se ha centrado en tres aspectos que corresponden a los objetivos principales de esta tesis: los marcadores de la argumentación, es decir, los recursos propios de la argumentación; los mecanismos relacionados con el carácter dialógico e interactivo de la argumentación: la representación de la figura del receptor y del emisor; y las manifestaciones de la cortesía verbal en ese juego dialógico.

### 2.1. Marcadores de la argumentación

En cuanto a los marcadores propios de la argumentación, consideramos las nociones de orientación argumentativa y fuerza argumentativa como marcadores propios de la argumentación.

En el capítulo C.1, *Mecanismos lingüísticos y pragmáticos de las estrategias argumentativas. Marcadores de la argumentación*, el punto de partida ha sido el marco teórico que se ha presentado en el capítulo A.4 de la primera parte de la tesis, en el que se han analizado los marcadores propios de la argumentación, primero, la orientación y, en segundo lugar, la fuerza argumentativa. El análisis completo de orientación y fuerza argumentativa se puede consultar en [Anexos](#)<sup>163</sup> a partir de la página 143.

Aunque aparecen varios elementos y categorías, los recursos que marcan la orientación argumentativa que más destacan son los marcadores del discurso. Como ya hemos visto, son unidades lingüísticas cuya función principal es aportar instrucciones imprescindibles para que los hablantes puedan interpretar un discurso.

---

<sup>163</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

Como punto de partida nos ha servido por un lado, la clasificación elaborada por Portolés y Martín Zorraquino (1999) y, por otro, la distinción propuesta por Anscombe y Ducrot que distinguen entre conectores del discurso y operadores. Recordamos que los primeros vinculan al menos dos segmentos y los operadores se mueven dentro del enunciado y transforman las potencialidades argumentativas de este contenido.

Además, uno de los criterios básicos para la Teoría de la Argumentación en la Lengua en el tratamiento de los marcadores argumentativos es que pueden relacionar elementos que estén coorientados o antiorientados. Por tanto, se puede diferenciar entre los conectores que mantienen la orientación (coorientados o marcadores no contraargumentativos) y los que antiorientan enunciados (antiorientados o marcadores contraargumentativos). Así, *además, incluso, entonces, por tanto, así pues* conservan la orientación; mientras que *pero, no obstante, sin embargo, por el contrario, aunque, antes bien,* etc. introducen el segmento del discurso contrario a la orientación de un miembro anterior del discurso.

También nos hemos encontrado con otros recursos utilizados por los columnistas que marcan la orientación argumentativa.

En cuanto a lo que es la orientación, la continuación del discurso, es decir la dinámica discursiva, puede favorecer unas líneas del discurso e impedir otras, así que se puede decir que la dinámica está orientada desde el punto de vista argumentativo en una dirección determinada. Además, el sentido de un fragmento de discurso reside en su orientación. En este sentido los enunciados pueden tener una relación de coorientación y de antiorientación. La primera implica que no existe ninguna exclusión semántica y que cada enunciado o parte es válido y necesario para la continuación del discurso. Sin embargo, la antiorientación supone una exclusión o refutación, tanto parcial como total, de la parte que no se considera relevante o válida (o en menor medida) para el resto del discurso.

El estudio de coorientación argumentativa se ha centrado en dos aspectos: por un lado, en relación de adición de la información y, por otro, en relación causal que abarca la relación de causa y la de consecuencia. En total se han encontrado 360 casos de

argumentación por coorientación. El autor quien utiliza esta estrategia más es Carlos Boyero (141) mientras que los otros columnistas usan este procedimiento con una frecuencia menor: Antonio Burgos, 88 casos; Ignacio Camacho, 70 casos; Maruja Torres, 61 casos. Por otro lado, la relación causal tiene una frecuencia de uso bastante menor con respecto a la de adición: Antonio Burgos, 23 casos; Carlos Boyero, 22 casos; Ignacio Camacho, 17 casos, Maruja Torres, 7 casos.

En cuanto a los dos aspectos considerados en este punto, hemos visto que la relación de adición tiene mayor uso entre todos los columnistas que la relación causal. Igual que en el caso de los resultados de la coorientación en general, es Carlos Boyero el autor que más hace uso de esta relación, 119 casos, mientras que en las columnas de otros autores tiene un uso menor: Antonio Burgos, 65 casos; Maruja Torres, 54 casos; Ignacio Camacho, 53 casos.

El concepto de la antiorientación argumentativa implica una relación en la que una de las partes suprime o atenúa las conclusiones a las que se puede llegar, es decir, supone la ruptura de la orientación argumentativa de modo que lleva a las conclusiones opuestas. Por tanto, un elemento introducido posee también mayor fuerza argumentativa. Nuestro estudio se ha centrado en la relación adversativa y la relación concesiva que están directamente ligadas con la antiorientación argumentativa. Sin embargo, existe una diferencia importante. La relación concesiva no resulta operativa aunque tiene una inferencia opuesta con respecto a lo que presenta la otra parte; mientras que la relación adversativa presenta un argumento con mayor fuerza argumentativa que el anterior y, por tanto, llega a ser válido para llegar a cierta conclusión.

A diferencia de la argumentación por coorientación que tiene una frecuencia bastante alta de aparición, la argumentación por antiorientación se utiliza con menos frecuencia, en 103 ocasiones. Los columnistas que más recurren a esta estrategia son Carlos Boyero (37 casos) y Ignacio Camacho (32 casos), mientras que Antonio Burgos y Maruja Torres un poco menos (19 y 15 casos respectivamente).



En cuanto a la diferencia entre la relación adversativa y la relación concesiva, es la adversativa que tiene mayor frecuencia: Carlos Boyero, 27 casos; Ignacio Camacho, 26 casos, Antonio Burgos, 19 casos; Maruja Torres, 11 casos. Mientras que para la relación comncesiva los datos son los siguientes: Carlos Boyero, 10 casos, Igancio Camacho, 6 casos, Maruja Torres, 4 casos y en las columnas de Antonio Burgos no hemos encontrado ejemplos.

En las columnas, el proceso de coorientación argumentativa tiene mayor frecuencia de aparición lo que se podría interpretar teniendo en cuenta que el objetivo principal y la intención de los columnistas es llevar a sus lectores hacia la conclusión adoptando los puntos de vista expuestos en la columna. Por eso, los columnistas procuren ofrecer más argumentos que están entre enunciados que ya están estrechamente vinculados y que están orientados en la misma dirección.

A diferencia de los elementos que marcan la coorientación argumentativa, los recursos de antiorientación tienen una frecuencia más baja de aparición lo que se puede explicar por el hecho de que la antiorientación supone la ruptura de la orientación argumentativa de modo que lleva a las conclusiones opuestas aunque en el caso de la relación adversativa presenta un argumento con mayor fuerza argumentativa que llega a ser válido para llegar a cierta conclusión a diferencia de la relación concesiva que no resulta operativa.

De todos modos, tanto la dinámica de coorientación como la de antiorientación, ambas orientadas hacia la conclusión sirven para vincular las secuencias textuales en las columnas y, al final, a conseguir los objetivos de la columna.

Otra dimensión argumentativa considerada en esta tesis como un marcador propio de la argumentación es la fuerza argumentativa. Como ya hemos podido ver algunos marcadores de la orientación no solo orientan los argumentos sino también indican mayor o menor fuerza del segmento que introducen. Para llevar a cabo el análisis de este aspecto, partimos de dos conceptos: intensificación y atenuación.

Con la noción de intensificación discursiva entendemos el conjunto de procedimientos lingüísticos encaminados a aumentar o enfatizar la importancia de la

información y llevar al lector a la conclusión deseada. Es decir, "es un procedimiento de realce del contenido de un elemento" (Fuentes Rodríguez, 2006: 36).

En las columnas, la intensificación está relacionada con la intención del columnista de convencer al lector, de modo que resalta la parte del discurso y lo lleva al punto máximo de la escala. Los recursos para aumentar la fuerza argumentativa utilizados en las columnas son varios. Sin embargo, destacan los operadores de intensificación y los modificadores realizantes.

En el grupo de operadores de intensificación destacan algunos adjetivos y adverbios cuyo contenido léxico implica la gradualidad excesiva / de magnitudes, los superlativos, aumentativos y algunos elementos modales de reafirmación y operadores de focalización informativa.

En las columnas, las formas de intensificación de la fuerza argumentativa tienen mayor frecuencia de aparición lo que se podría interpretar teniendo en cuenta que el objetivo principal y la intención de los columnistas es llevar a sus lectores hacia la conclusión adoptando los puntos de vista expuestos en la columna.

En total se han identificado 484 casos de intensificación. La distribución por los autores es la siguiente: Carlos Boyero, 187 casos; Ignacio Camacho, 119 casos, Antonio Burgos, 98 casos; y Maruja Torres, 80 casos.

Por otro lado, el concepto de la atenuación discursiva se puede definir como el conjunto de estrategias lingüísticas encaminadas a disminuir o devaluar la importancia de la información y así posicionar un argumento en el punto más bajo de la escala argumentativa. Según Fuentes Rodríguez la atenuación en el caso de la argumentación tiene como misión acercarse al oyente/lector con el fin de persuadirlo; atenuar el contenido que puede afectar negativamente a la imagen del lector o no ser aceptado por él o atenuar la fuerza asertiva para ser cortés (2002: 373).

A diferencia de los recursos de intensificación argumentativa, los recursos que disminuyen la fuerza argumentativa tienen una frecuencia más baja de aparición lo que se puede explicar por el hecho de que el objetivo de los columnistas es que los lectores

adquieran sus conclusiones y que, por tanto, procuren más a la estrategia de intensificación argumentativa.

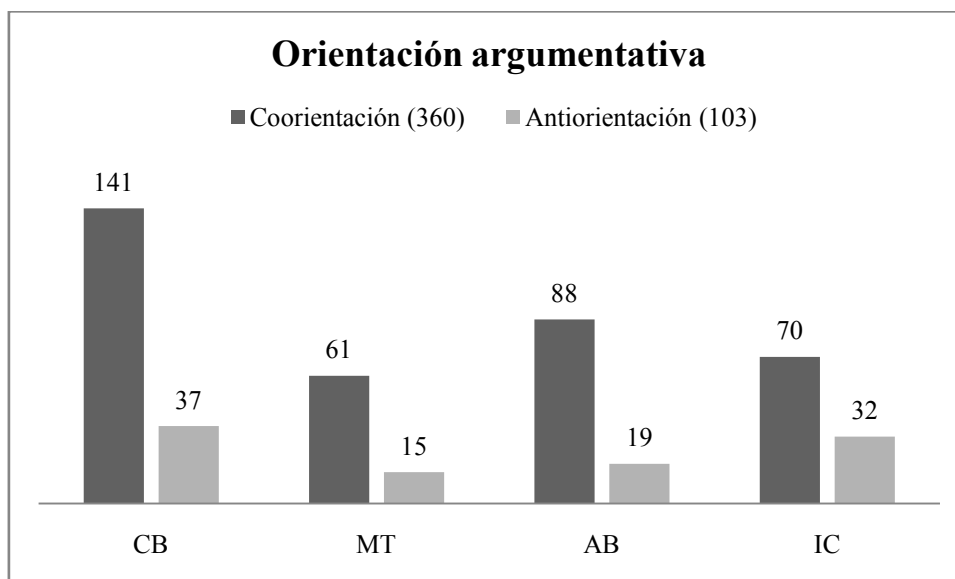
No obstante, aunque con los mecanismos de atenuación el lector se aleja de la conclusión, también en una cierta manera marca la suficiencia para llegar a la conclusión deseada y eso es una de las razones por las que se utiliza este recurso.

En total se han identificado 110 casos de atenuación argumentativa. La distribución por columnistas es la siguiente: Carlos Boyero, 43 casos; Maruja Torres, 29 casos; Antonio Burgos, 26 casos; e Ignacio Camacho, 12 casos.

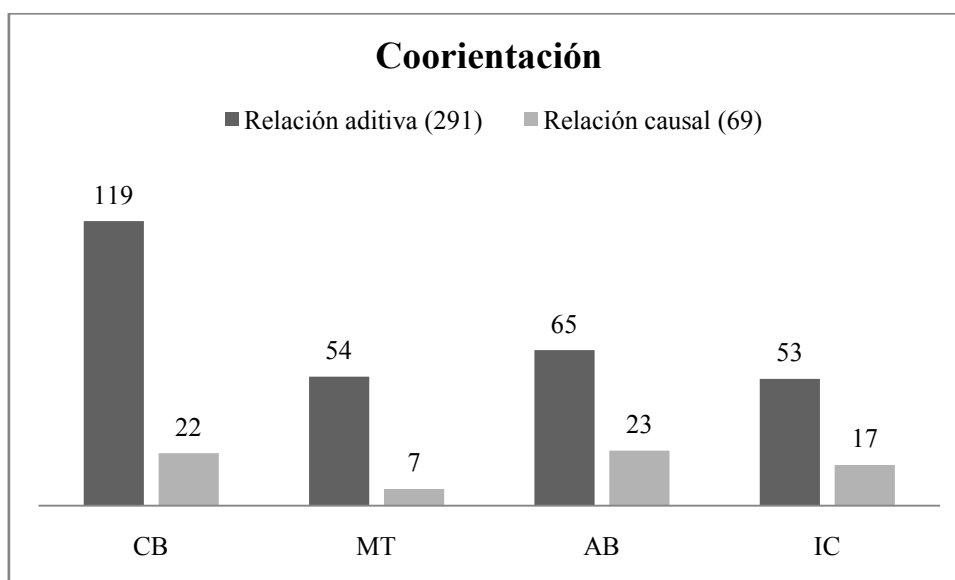
En la tabla siguiente se pueden ver los resultados resumidos.

<b>Marcadores de la argumentación</b>										
<b>Orientación argumentativa</b>						<b>Fuerza argumentativa</b>				
		CB	MT	AB	IC		CB	MT	AB	IC
<b>Coorientación</b>	<b>Relación aditiva</b>	119	54	65	53	<b>Intensificación argumentativa</b>	187	80	98	119
	<b>Relación causal</b>	22	7	23	17					
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>141</b>	<b>61</b>	<b>88</b>	<b>70</b>	<b>Total</b>	<b>484</b>			
<b>Antiorientación</b>	<b>Relación adversativa</b>	27	11	19	26	<b>Atenuación argumentativa</b>	43	29	26	12
	<b>Relación concesiva</b>	10	4		6					
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>37</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>32</b>	<b>Total</b>	<b>110</b>			

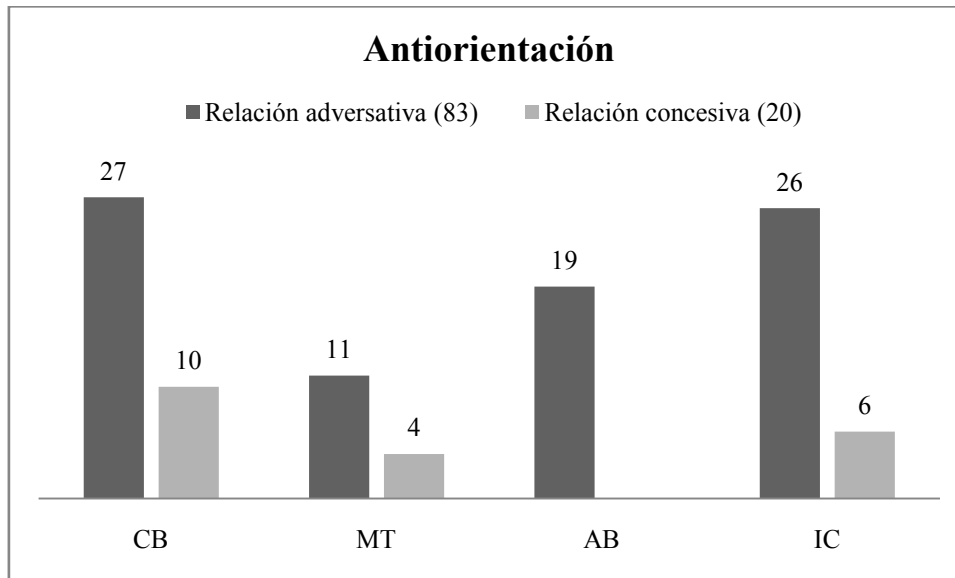
Por los datos de esta tabla, se puede ver que en cuanto la orientación argumentativa, el proceso de coorientación argumentativa tiene mayor frecuencia de aparición que el proceso de antiorientación.



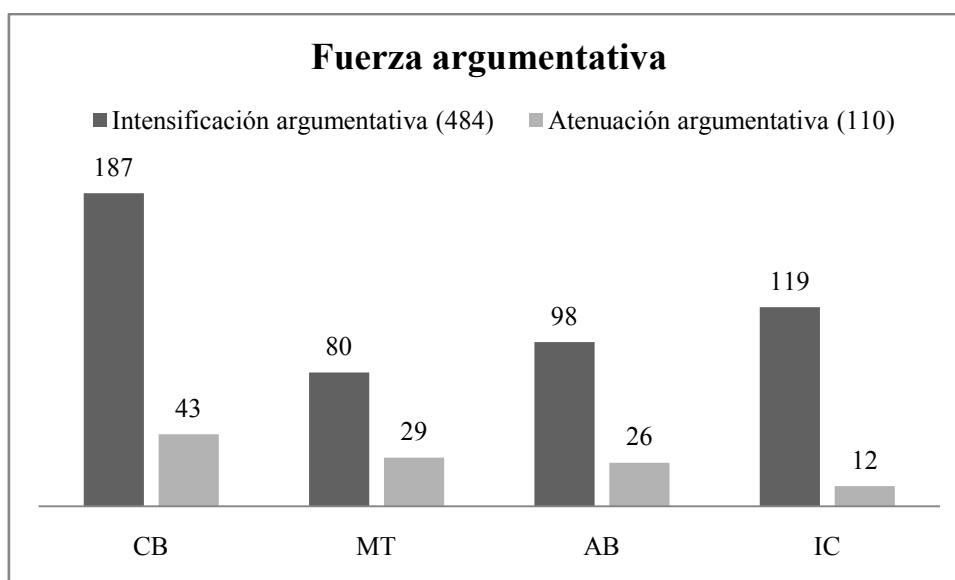
Como la coorientación implica que los argumentos están estrechamente vinculados y, por tanto, orientados en la misma dirección, ese recurso resulta más útil a los columnistas para llevar a sus lectores hacia la conclusión y que adopten los puntos de vista expuestos en la columna. También se observa el mayor uso de la relación aditiva con respecto de la relación causal en el uso de la coorientación en todos los columnistas.



Y con respecto a la antiorientación argumentativa, la relación adversativa tiene un uso predominante por parte de todos los autores.



En cuanto a la fuerza argumentativa, las formas de intensificación de la fuerza argumentativa tienen mayor frecuencia de aparición que las formas de atenuación en las columnas analizadas de cada autor, lo que se podría interpretar como una manifestación de la intención de los columnistas de persuadir y que los lectores adopten lo que se propone en la conclusión.



## 2.2. La argumentación y los interlocutores

En el capítulo C.2 de esta parte, *La argumentación y los interlocutores*, se han estudiado los mecanismos relacionados con la figura del emisor y del receptor. El análisis completo de la argumentación y los interlocutores está disponible en los [Anexos](#)<sup>164</sup> a partir de la página 151.

El segundo objetivo de esta tesis ha sido estudiar los recursos lingüísticos relacionados con el carácter dialógico de la argumentación. Para llevar a cabo el análisis y cumplir con el objetivo, hemos partido de la idea de que el acto de argumentar está relacionado con la intención del hablante de influir sobre el receptor por medios lingüísticos y así se convierte en un proceso que implica la realización del acto enunciativo que supone la presencia de receptor, estando condicionada por él (Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara, 2007: 17).

Además, para Plantin (1990: 232): "La argumentación es dialéctica; su lenguaje no es un lenguaje de objetos sino un lenguaje habitado por los interlocutores y marcado por sus puntos de vista". Por eso consideramos que ha sido importante tener en cuenta el carácter dialógico de la argumentación y estudiar la representación tanto de la figura del emisor como la del receptor en el discurso de las columnas seleccionadas. En relación con este objetivo, nos hemos ocupado de los mecanismos relacionados con la figura del emisor y la del receptor.

Por un lado, hemos analizado cómo se manifiesta la visión personal de la figura del emisor, los columnistas en nuestro caso, las manifestaciones de polifonía en su discurso y el uso de las estructuras impersonales que sirven para la desautorización y despersonalización del discurso. Por otro lado, hemos estudiado cómo se manifiesta en las columnas la figura del receptor y los mecanismos que utilizan los columnistas para hacer referencia a él en sus columnas.

Para llevar a cabo el análisis de la representación de la figura del columnista, el punto de partida ha sido el concepto de polifonía introducido por Ducrot, que permite

---

<sup>164</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

explicar la presencia de varias voces que figuran en un determinado discurso lo que es imprescindible para saber quién sostiene la argumentación.

En nuestro corpus hemos encontrado varios procedimientos, utilizados por los columnistas, que implican la presencia o representación del propio columnista. Los procedimientos se pueden clasificar en tres grupos: los recursos que expresan sus propios puntos de vista a través de las marcas de la primera persona singular, los procedimientos que implican el desdoblamiento del emisor y la manifestación de distintas voces en sus columnas. Y, por último, los mecanismos que pretenden ocultar la figura del sujeto de la acción y, a la vez, la responsabilidad del hablante, en un sujeto impersonal, global, plural, inclusivo.

En nuestro corpus, los columnistas que más utilizan las marcas de la primera persona singular y argumentan desde el punto de vista más personal y subjetivo son Maruja Torres y Antonio Burgos (43 casos de marcas personales en las columnas de cada columnista). Por otro lado, Carlos Boyero las utiliza un poco menos, en 28 ocasiones, mientras que en las columnas de Ignacio Camacho hemos identificado solo un caso de la expresión de la visión personal.

Las marcas de la primera persona singular en nuestro caso implican que la figura del sujeto empírico coincide con la figura del locutor. No obstante, Ducrot introdujo una tercera figura: la del enunciador que permite al locutor incorporar a su discurso una diversidad de voces lo que conduce a un desdoblamiento del locutor y al fenómeno que él llama polifonía y que supone la incorporación de diferentes voces que se pueden activar en el discurso.

Los casos típicos en los que ocurre un desdoblamiento del locutor estudiados en las columnas son elementos modales de reafirmación, el discurso reproducido, que engloba el discurso directo e indirecto, las estructuras parentéticas y la ironía.

En nuestro corpus hay en total 114 casos del desdoblamiento del locutor siendo Antonio Burgos el columnista que más recurre a este recurso (45 casos) seguido por Carlos Boyero, (37 casos), mientras que en las columnas de Maruja Torres y Ignacio Camacho tienen una frecuencia un poco menor (18 y 14 casos respectivamente).

El tercer aspecto del análisis de la manifestación de la figura del columnista es la impersonalidad que está al otro extremo y que supone la decisión del emisor de no determinar el sujeto agente que lleva a cabo la acción expresada por el verbo y así crear "un efecto de objetividad" y de "verdad" por la interpretación de aparente confirmación global o generalizada de la modalidad impersonal (Calsamiglia y Tusón: 2008: 127).

En nuestro corpus de 40 columnas las estructuras impersonales tienen frecuencia bastante alta de aparición, 91 caso, siendo Antonio Burgos y Carlos Boyero los columnista que más han utilizado estas formas (41 y 31 respectivamente), mientras que en las columnas de Ignacio Camacho las hemos encontrado en 15 ocasiones y en las columnas de Maruja Torres en 4.

En cuanto a la figura del receptor, el análisis se ha centrado, por un lado, en las fórmulas de tratamiento, si se usa un trato formal a través de la forma *usted* o *ustedes* o más informal, utilizando la forma de segunda persona singular o plural; y por el otro, en los mecanismos de apelación e interacción con los lectores, que abarcan el uso de vocativos, enunciados imperativos, exclamativos o interrogativos.

En las 40 columnas estudiadas solo en 12 se presenta una forma *usted* o *ustedes* utilizada por Antonio Burgos y Maruja Torres (8 y 4 casos respectivamente), mientras que las formas que corresponden a la segunda persona singular y plural se usan en 28 casos otra vez con los mismos autores (18 y 10 casos respectivamente). No obstante, en las columnas de Carlos Boyero y de Ignacio Camacho no hemos encontrado casos de un trato formal a través de la forma *usted* o *ustedes*, o de las formas que corresponden a la segunda persona singular o plural.

El uso de primera persona plural *nosotros* incorpora tanto la figura del receptor como la figura del emisor y permite a los columnistas buscar la complicidad de los lectores, para involucrarlos en su punto de vista (Calsamiglia y Tusón, 2008: 130). Esta forma es más utilizada por Antonio Burgos en (47 casos) y por Maruja Torres (32 casos), mientras que Carlos Boyero y Ignacio Camacho utilizan un poco menos (13 y 9 casos respectivamente).



En cuanto a los mecanismos de apelación, el análisis se ha centrado en el uso de los vocativos, enunciados imperativos, exclamativos o interrogativos.

En el corpus hemos identificado 6 manifestaciones de focalización no egocéntrica que hace referencia al interlocutor. Todos los ejemplos del dicho fenómeno son utilizados por Antonio Burgos. Así el columnista usa enfocadores de alteridad *hombre* y *vamos* en dos ocasiones y el vocativo *queridos*, repetido cuatro veces en una ocasión como en AB2.

Otra forma de apelar a los lectores es a través de las oraciones interrogativas, exclamativas e imperativas que son muy habituales en la argumentación. Su función puede variar según el tipo de discurso. En cuanto al discurso escrito, que es nuestro objeto de estudio, tanto las estructuras interrogativas como las estructuras exclamativas "permiten textualizar la figura del receptor, hacerlo presente en el discurso, y por otro, vehiculan la opinión del emisor y su posición respecto a lo que dice" (Cuenca, 1995: 31).

En nuestro corpus hemos identificado 16 casos de preguntas retóricas, 11 casos en las columnas de Antonio Burgos, 3 en las columnas de Carlos Boyero y 2 en las columnas de Maruja Torres.

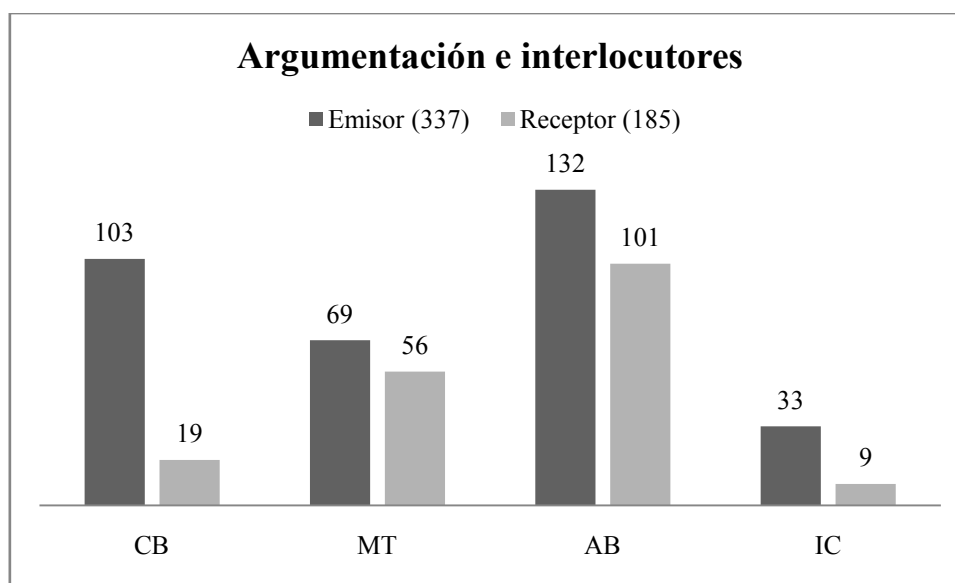
Por otro lado, las estructuras exclamativas aparecen en 8 ocasiones en el corpus y están utilizadas 5 veces por Antonio Burgos, 2 veces por Carlos Boyero mientras que Maruja Torres las utiliza en un sola ocasión.

Y, por último, las estructuras imperativas que suponen "la representación del oyente y del hablante, y presenta explícitamente la relación de que el hablante le solicita al oyente la realización de la acción" (Garrido Medina, 1999: 3918) están utilizadas en 8 ocasiones, 4 veces por Maruja Torres, 3 por Antonio Burgos y una vez por Carlos Boyero.

En la tabla siguiente vamos a ver resumidos los resultados de todos los recursos analizados con respecto a este aspecto y a continuación comentamos los resultados más importantes.

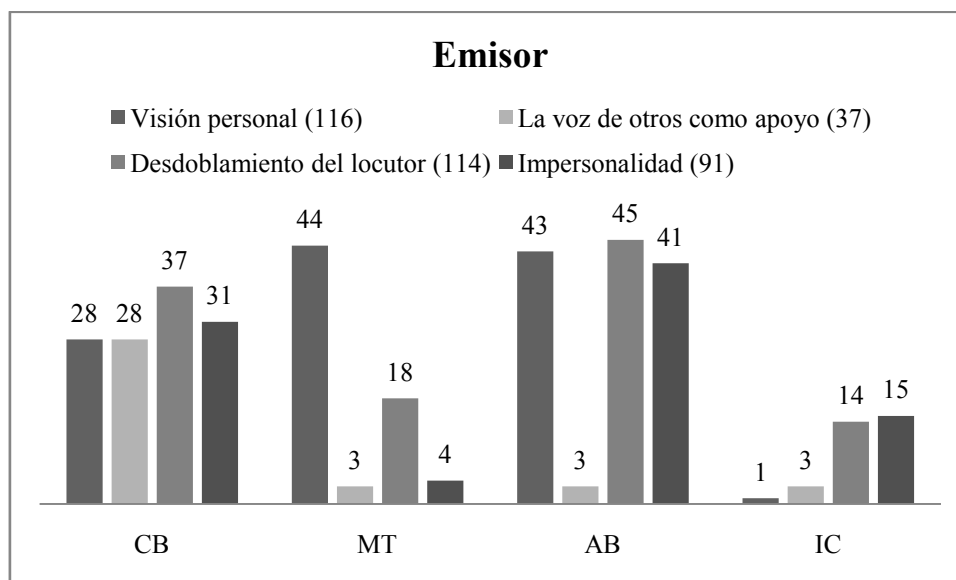
Argumentación y los interlocutores									
Emisor					Receptor				
	CB	MT	AB	IC		CB	MT	AB	IC
<b>Visión personal</b>	28	44	43	1	<b>Fórmulas de tratamiento</b>	13	46	73	9
<b>La voz de otros como apoyo</b>	7	3	3	3	<b>Mecanismos de apelación</b>	6	10	28	0
<b>Desdoblamiento del locutor</b>	37	18	45	14					
<b>Impersonalidad</b>	31	4	41	15					

Como podemos ver, las manifestaciones de la figura del columnista son más frecuentes que las referencias a los lectores.

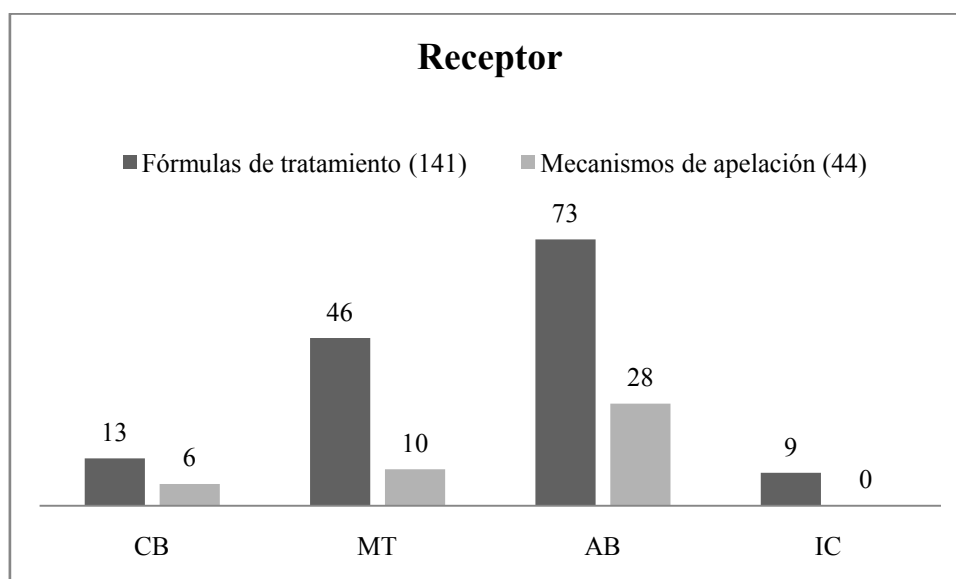


Como ya hemos visto, los columnistas que tienen un estilo más personal son Maruja Torres y Antonio Burgos, seguidos por Carlos Boyero, mientras que en las columnas de Ignacio Camacho es muy escasa la expresión en primera persona singular. En cuanto a la manifestación de la polifonía y la manifestación de distintas voces en sus columnas, la distribución es un poco diferente porque son Antonio Burgos y Carlos Boyero los columnistas que más recurren a esta estrategia, mientras que Maruja Torres e Ignacio Camacho lo hacen con una frecuencia menor. Lo mismo ocurre con el uso de

las estructuras impersonales que, a diferencia de la expresión de la visión personal, tienen un efecto contrario, el de la desautorización.



Por otro lado, los recursos relacionados con la figura del receptor tienen mayor frecuencia de uso en las columnas de Antonio Burgos, tanto las fórmulas de tratamiento como los mecanismos de apelación. En cuanto a otros columnistas, Se puede ver que Maruja Torres usa estos recursos aunque con una frecuencia menor, mientras que en las columnas de Carlos Boyero e Ignacio Camacho el uso es mínimo.



Según esto, ni por el uso de marcadores de la argumentación; ni por las formas de manifestación de la argumentación y los interlocutores, se observan coincidencias entre los autores o columnistas de ideología similar, conservadora (AB, IC) o progresista (CB, MT). Por el contrario, en la manifestación de los interlocutores, del columnista en concreto, según el parámetro coinciden MT y AB o bien CB y AB o bien MT y AB.

Por tanto, la diferencia en las manifestaciones de la figura del columnista y del lector dependen de los autores y no de la ideología.

### **2.3. Argumentación y cortesía verbal**

En el capítulo C.3, *Argumentación y cortesía verbal*, se han establecido las manifestaciones de la cortesía verbal relacionadas con el proceso argumentativo. El análisis completo de la cortesía en las columnas del corpus se puede consultar en los [Anexos](#)<sup>165</sup>, a partir de la página 41.<sup>166</sup>

Como tercer objetivo de esta tesis se han estudiado las manifestaciones de la cortesía verbal al expresar diferentes puntos de vista y diferentes actitudes con referencia a lo manifestado. Por tanto, se ha establecido la relación entre la argumentación por convicción y la cortesía. Recordamos que, por un lado, el hecho de que uno argumente es una forma de ser cortés ya que justifica lo que pretende concluir y conseguir y así colabora con el otro razonando y aportando las propuestas de una manifestación de 'poder blando'. El uso de la cortesía tiene la finalidad de convencer al receptor de algo y por eso se puede considerar un medio de argumentación. Aunque enfatiza más el aspecto psicológico y sociológico de la comunicación, la cortesía verbal está al servicio de la argumentación y es uno de los mecanismos de la persuasión razonada.

---

<sup>165</sup> Disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).

<sup>166</sup> Los mecanismos lingüísticos de las estrategias de la cortesía coinciden con los mecanismos ya analizados en otros aspectos. Por eso, los resultados que se han obtenido de las tablas analíticas que corresponden al análisis de la orientación, fuerza y las figuras de emisor y receptor.

Tal como se ha apuntado antes, la cortesía positiva es una compensación dirigida a la imagen positiva del destinatario que se fundamenta en el deseo de cada individuo de que la imagen que tiene de sí mismo quede reconocida y reforzada por otros miembros de la sociedad.

El procedimiento denominado *claim common ground* (apelar al 'terreno común') implica que tanto el locutor como su interlocutor pertenecen al mismo grupo de personas que comparten deseos, objetivos y valores específicos (Brown y Levinson, 1987: 103). En nuestro corpus hemos identificado tres estrategias que corresponden a este procedimiento: atender a las necesidades del receptor, intensificar el interés por el receptor y destacar la pertinencia al mismo grupo social.

La segunda clase de estrategias de cortesía positiva propuesta por Brown y Levinson (1987: 125) deriva de la intención de mostrar que tanto el locutor como el receptor están involucrados y de la intención de expresarse de una manera cooperativa. Las estrategias que utilizan los columnistas con este fin son la inclusión de los receptores en la acción que corresponde a la apelación a la reflexividad y el hecho de asumir o declarar reciprocidad que corresponde a la apelación a la reciprocidad.

En las columnas que forman parte del corpus de esta tesis las manifestaciones de la cortesía positiva aparecen en 225 ocasiones. El columnista que más recurre a este tipo de cortesía es Antonio Burgos (99 casos) seguido por Maruja Torres (63 casos), mientras que Carlos Boyero y Ignacio Camacho lo usan con menos frecuencia (34 y 29 casos respectivamente).

En relación con la cortesía negativa, recordamos que es una compensación dirigida a la imagen negativa del destinatario y se basa en la preocupación de no invadir el 'ámbito del interlocutor, de no limitar la libertad y de no impedir los actos del individuo.

Las estrategias utilizadas por los columnistas corresponden al mecanismo que busca no coartar y no coaccionar al receptor y al mecanismo que pretende expresar que el emisor no quiere afectar al receptor. El primer mecanismo da lugar a dos estrategias específicas: minimizar la imposición del acto y ser deferente.

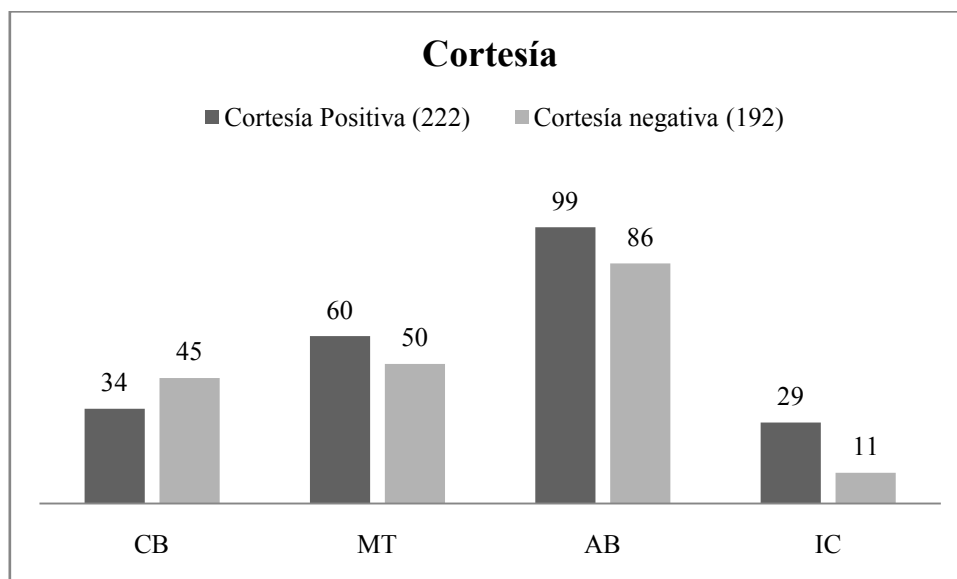
El segundo indica implícitamente que el locutor es consciente de la existencia del acto que pueda amenazar la imagen. El recurso utilizado por los columnistas del nuestro corpus que para no afectar al receptor es la impersonalidad.

Los columnistas recurren al procedimiento de cortesía negativa en 192 ocasiones, que tienen, igual que en el caso de cortesía positiva, parecida distribución. En las columnas de Antonio Burgos se han encontrado más manifestaciones de cortesía negativa (86 casos), seguido por Maruja Torres y Carlos Boyero (50 y 45 casos respectivamente), mientras que en las columnas de Ignacio Camacho el uso es relativamente bajo (11 casos).

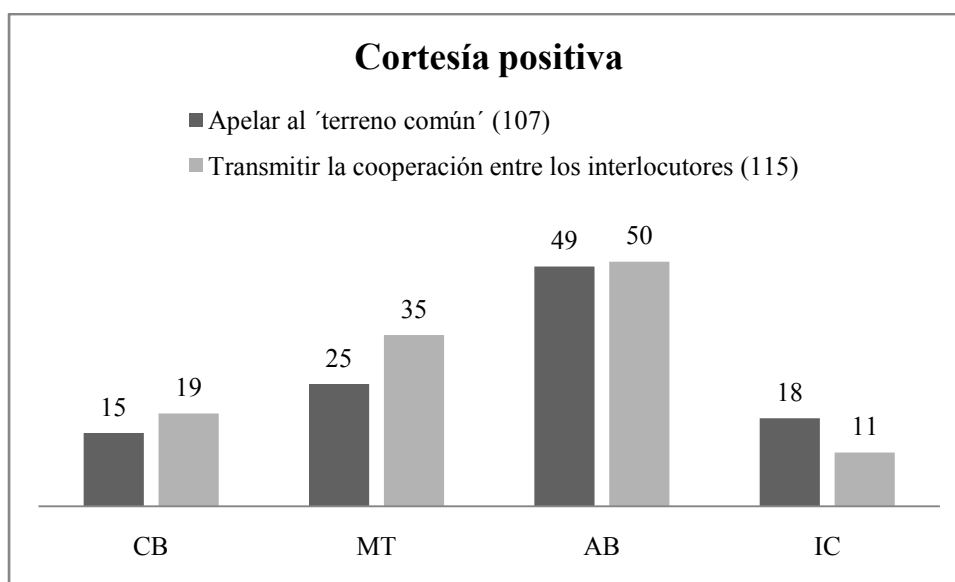
Para concluir, en la tabla siguiente recogemos los resultados de cada aspecto y a continuación comentamos los aspectos que más destacan.

Argumentación y cortesía verbal									
Cortesía positiva					Cortesía negativa				
	CB	MT	AB	IC		CB	MT	AB	IC
<b>Apelar al 'terreno común'</b>	15	25	49	18	<b>No coacer al receptor</b>	28	48	51	1
<b>Transmitir la cooperación entre los interlocutores</b>	19	35	50	11	<b>Expresar que el emisor no quiere afectar al receptor</b>	17	2	35	10
<b>Total</b>	34	60	99	29		45	50	86	11

El uso de cortesía positiva y negativa es bastante similar. Sin embargo, mientras que Maruja Torres, Antonio Burgos e Ignacio Camacho tienden a usar recurrir más a la cortesía positiva, Carlos Boyero es el único columnista quien recurre un poco más a la cortesía negativa que a la positiva.

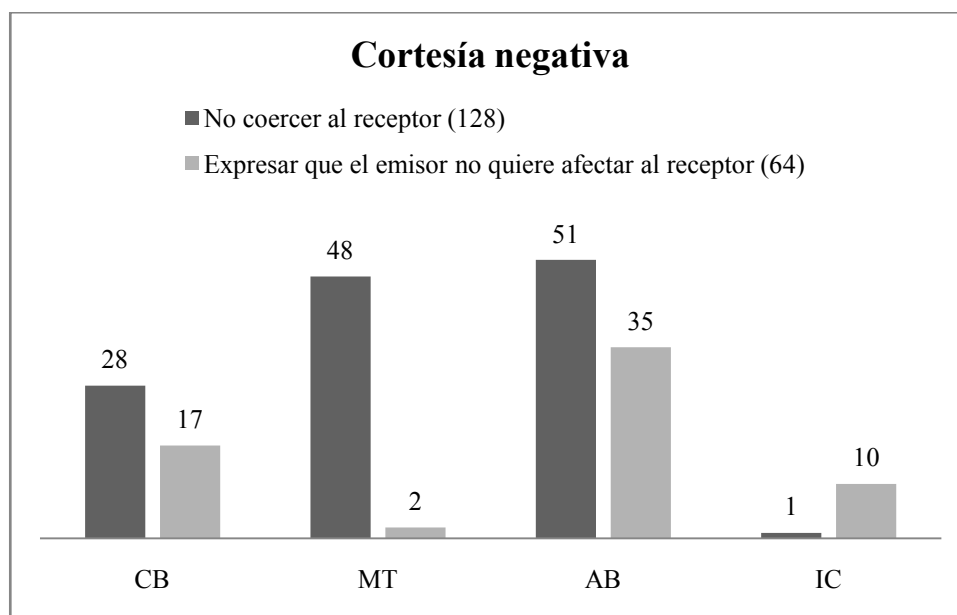


Como ya se puede observar, Antonio Burgos es el columnista que muestra el mayor interés para proteger la imagen positiva del locutor. Maruja Torres también recurre a esta estrategia, mientras que en el caso de Carlos Boyero e Ignacio Camacho el interés es menor. En cuanto a las estrategias utilizadas, ambas tienen la frecuencia de uso bastante similar.



En cuanto a las manifestaciones de la cortesía negativa, igual que en el caso de la positiva, Antonio Burgos es el columnista quien muestra el mayor interés para proteger la imagen negativa de sus lectores para que no se sienten coartados o coaccionados. El uso de esta estrategia es significativo también en las columnas de

Maruja Torres y Carlos Boyero, mientras que en las columnas de Ignacio Camacho es casi es mínimo. A diferencia de la las estrategias de la cortesía positiva que tienen un uso bastante parecido, en cuanto a las estrategias de la cortesía negativa, los columnistas tienden a usar la estrategia de no coercer al receptor.



Según esto, en resumen, AB es el autor quien más recurre a la cortesía verbal, tanto positiva como negativa y, por un lado, AB y MT coinciden en cortesía positiva; mientras que en cortesía negativa aparte de AB, coinciden CB y MT.

Por tanto, también en las manifestaciones de la cortesía verbal las coincidencias en el uso de los diferentes procedimientos expresivos no son ideológicas: progresistas (CB, MT) o conservadoras (AB, IC); porque parecen más afines las expresiones de AB, MT en el uso de los diferentes recursos.

Así también las manifestaciones de la cortesía dependen de los autores (AB, MT, CB) y no de las ideologías de cada pareja de columnistas de *El País* o de *ABC*.



### 3. PROBLEMAS SUSCITADOS Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN ABIERTAS

Una vez analizados, interpretados y evaluados los resultados del análisis que se ha hecho en esta tesis, vamos a apuntar cuáles son las posibles líneas futuras de la investigación que surgen a partir de la interpretación de los datos.

Dada la complejidad del discurso periodístico, en general, y el discurso de las columnas, en particular, existen varias perspectivas y métodos de estudio. El análisis que se ha hecho en esta tesis es solo una de las posibles formas de destacar las características generales. No obstante, ofrece la posibilidad de desarrollar diferentes líneas de investigación en el marco de los estudios del Análisis del Discurso.

1. Aplicar el método de análisis a otros tipos de artículos de opinión por ejemplo a los editoriales o blogs, y de argumentación escrita en general, porque suponemos que sus características principales de formato, el estilo y el medio pueden tener influencia en el uso de las estrategias argumentativas y de cortesía, que, coherentemente, serán propias de cada autor.
2. Intentar aplicar el método de análisis a la argumentación oral aunque somos conscientes de la complejidad de ese tipo de discurso por su carácter multimodal.
3. En el marco de la pragmática transcultural, que centra su interés en un fenómeno pragmático-discursivo específico y compara recursos y acciones lingüísticas en el uso concreto a través de diferentes idiomas y partiendo de la idea de que las culturas se diferencian en estilos interaccionales, en cómo se expresa la opinión y cómo se argumenta, se podría hacer un análisis contrastivo y se podrían estudiar las manifestaciones de la argumentación y de cortesía en distintas lenguas.
4. En este sentido, el estudio de las manifestaciones lingüísticas de la argumentación y de la cortesía podría tener su aplicación práctica en diferentes ámbitos. Uno de ellos puede ser la enseñanza de español como lengua extranjera a alumnos universitarios de nivel avanzado de acuerdo con

la propuesta de Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas (2001) que plantea la interpretación y producción críticas de textos en los niveles B2 / C de dominio de una lengua .

En cuanto a la lectura, el Marco Común Europeo de Referencia (2001) establece la siguiente definición en relación con los objetivos del nivel C1:

Comprende e interpreta de forma crítica prácticamente cualquier forma de lengua escrita, incluidos textos abstractos y de estructura compleja o textos literarios y no literarios con muchos coloquialismos. Comprende una amplia gama de textos largos y complejos, y aprecia distinciones sutiles de estilo y significado, tanto implícito como explícito.

No obstante, para la expresión escrita en general, es a partir del nivel B1 cuando se establece que el alumno debe escribir “evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes” y, para el nivel C1, se espera que el alumno:

Escribe textos claros y bien estructurados sobre temas complejos resaltando las ideas principales, ampliando con cierta extensión y defendiendo sus puntos de vista con ideas complementarias, motivos y ejemplos adecuados, y terminando con una conclusión apropiada.

Por tanto, consideramos que el tipo de análisis que se ha hecho en esta tesis pueda ser útil para la creación de materiales orientados al desarrollo tanto de la expresión escrita como para la comprensión lectora porque ofrece una orientación sobre las estrategias de persuasión que puedan figurar en el discurso argumentativo. De este modo, unas de las propuestas didácticas para estudiantes de español a nivel B/C podrían ser:

- Compilar una selección de editoriales y/o columnas periodísticas procedentes de diferentes periódicos de España y/o América Latina y comparar las estrategias de argumentación y de cortesía usadas.
- Analizar los discursos de los políticos y ver qué estrategias utilizan para convencer a los ciudadanos, cómo se desarrollan en la argumentación oral y ver hasta qué punto se parecen con las estrategias utilizadas en el discurso escrito.

Hay que subrayar que el objetivo de todas estas propuestas de investigación es acercarse a los estudios de literacidad crítica con el fin de desarrollar la Competencia Receptiva Crítica (CRC)<sup>167</sup> y las técnicas para motivar esa competencia en estudiantes de español como lengua extranjera en los niveles B2/C teniendo en cuenta la importancia que tiene el espíritu crítico en el mundo actual, complejo, global, digital, multimodal, plurilingüístico y multicultural a la vez.

En ese mundo nos encontramos con una hiperproducción de textos y, por eso, es muy importante desarrollar la competencia de leer y comprender diferentes tipos de textos en los estudiantes para que sean lectores críticos capaces de interpretar los componentes de cada texto (vocabulario, género discursivo, ideas principales, intención, punto de vista, ideología), de verlo desde diferentes perspectivas para, finalmente, fijar su propia opinión y su postura al respecto.

Para una lectura y recepción críticas de los discursos de los medios de comunicación es necesario no solo dominar una lengua sino también saber leer e interpretar la ideología de diferentes discursos. De acuerdo con eso se puede plantear una hipótesis de que los estudiantes de E/LE pueden tener incluso más dificultades para tener una visión crítica frente a lo que leen y por tanto será necesario incorporar criticidad a la hora de enseñar español a los estudiantes de niveles más avanzados. De este modo, la aplicación de las propuestas teóricas de la literacidad crítica pueden ayudar a este grupo de estudiantes de E/LE a mejorar la capacidad de interpretar los discursos desde una perspectiva más crítica en la sociedad actual en la que nos encontramos con una hiperproducción de diferentes tipos de textos.<sup>168</sup>

Ser crítico significa entender que cada texto comunicativo pertenece a un contexto determinado y que detrás hay una ideología lo cual permite tener una visión determinada del mundo.

---

<sup>167</sup> El concepto de la *Competencia Receptiva Crítica* es desarrollado por el grupo de investigación *Literacidad crítica* coordinado por Daniel Cassany cuyos artículos nos han servido como punto de partida para esta tesis.

<sup>168</sup> Más sobre cómo se pueden aplicar las estrategias de la argumentación y de la cortesía lingüística en la enseñanza de E/LE en niveles B2/C con el fin de desarrollar la competencia crítica en Ivanovic, M. (en prensa).

Leer críticamente o ser crítico al leer y escribir significa, en pocas palabras, ser capaz de gestionar la ideología de los escritos, tomando el término ideología en un sentido muy amplio y desprovisto de las connotaciones negativas que tiene este vocablo en la calle. La ideología es cualquier aspecto de la mirada que adopta un texto: si es de izquierdas o derechas, pero también es machista, racista, ecológico, tecnológico, etc. (Cassany, 2005: 91)

De este modo, Castellà y Cassany (2005: 366) hacen una distinción entre un *lector acrítico* y un *lector crítico*.

<b>Lector acrítico</b>	<b>Lector crítico</b>
Efectúa una lectura plana y literal.	Efectúa una lectura poliédrica y compleja.
Tiene poco en cuenta el contexto	Utiliza el contexto (o se da cuenta de que le falta algo y, si es preciso, lo busca o lo pregunta).
Hace una interpretación absoluta: tiende a creerlo todo o nada (o a no importarle).	Hace una interpretación relativa: distingue, selecciona (y puede cuestionar parcialmente el texto).
Tiende a pensar que las cosas son sólo de una manera	Tiende a pensar que las cosas cambian según el punto de vista.
Suele aceptar las informaciones cómo se las explican.	Suele cuestionar la veracidad de la información, su coherencia interna, preguntarse con qué interés se la dan, a quien beneficia, qué clase de persona la ha escrito, etc.
Simplifica los mensajes que lee (y los prefiere simples).	Ama la precisión y considera los matices. Piensa que el resumen puede obviar u ocultar aspectos importantes de un tema.
Tiene y quiere poca información.	Pide mucha información y sabe manejarla.
No se implica en la recepción del mensaje y tiende a la pasividad.	Se implica en el mensaje y se posiciona respecto a su contenido.
Se interesa por pocos temas.	Se interesa por el mundo que le rodea.
No le interesan el lenguaje ni la precisión.	Se fija en las palabras y los significados, y le gusta jugar con ellos.
No analiza el texto, su estructura o su argumentación.	Analiza y juzga los textos según su coherencia, su calidad argumentativa, etc.
Hay una actitud pasiva después de la lectura y la comprensión.	Después de leer y comprender, el lector reacciona, habla, actúa, interviene. Adopta una actitud activa e interactiva.
En la lectura de estudio, tiende sólo a memorizar y lo hace sin placer.	En la lectura de estudio, tiende a relacionar y a argumentar (e incluso memoriza con placer).

Por tanto, es importante que los estudiantes de E/LE sean lectores críticos de la información que reciben a través de los medios de comunicación de modo que valoren el significado y el punto de vista de la información. Eso “[...] implica dominar un conjunto de habilidades relacionadas no solo con las propiedades léxicas, gramaticales, superestructurales del texto, sino también con la capacidad de usar de forma crítica los distintos tipos y géneros de discurso, orales, escritos o multimodales” teniendo en cuenta el contexto en el que se publicó la información, la fuente de la información (medio de comunicación), la forma en la que se difunde (el modo) y, al final, la intención, el interés u objetivo que busca el autor del mensaje (López Ferrero y Martín Peris: 516).

Para eso es imprescindible tener la capacidad de analizar, evaluar y producir discursos sobre una firme base teórica. Los estudios de discurso en general, y el análisis del discurso, en particular, tienen un papel vital es el desarrollo de la capacidad de leer y entender diferentes textos desde una perspectiva crítica.

#### 4. CONCLUSIONES FINALES

Después de haber comentado los resultados cuantitativos del análisis de los mecanismos de argumentación y cortesía, vamos a tratar de interpretar desde el punto de vista cualitativo los resultados del análisis.

Como ya hemos mencionado antes, este estudio de las formas de opinión, de argumentación y de cortesía y de sus exponentes lingüísticos correspondientes de columnas de MT y CB o AB e IC ha tratado de responder a una serie de cuestiones, que han servido como guía a lo largo de la investigación. Básicamente la pregunta que consideramos esencial y definitoria para esta tesis es la siguiente:

- ¿Las formas o estrategias de opinión, de argumentación y de cortesía de los textos de las columnas dependen de la ideología (que las condiciona), o dependen, más bien, del estilo personal de cada autor?
- ¿Las formas o estrategias de opinión, de argumentación y de cortesía de los textos de las columnas dependen de la ideología conservadora (AB, IC de *ABC*) o progresista (CB, MT de *El País*), o dependen más bien del estilo personal de cada autor (AB, IC, CB, MT) independientemente de su ideología y del medio (*ABC* o *El País*)?

O, desde otra perspectiva, por el análisis de las columnas de los autores citados de qué manera los textos responden a estas cuestiones:

- ¿Los columnistas de *El País* y de *ABC* usan formas y procedimientos de manifestación de opinión, de argumentación y de cortesía diferentes de acuerdo con las supuestas diferencias ideológicas entre los dos medios donde publican, Maruja Torres (MT) y Carlos Boyero (CB), en *El País*, y Antonio Burgos (AB) e Ignacio Camacho (IC), en *ABC*?

- O, más bien, ¿la elección de determinadas formas de manifestación de la opinión, de la argumentación y de la cortesía, dependen estrictamente del autor? O sea, que autores de diferentes ideologías (MT e IC, MT y AB, CB e IC, CB y AB) coinciden, según lo que podríamos llamar las condiciones personales de estilo de cada autor, en el uso de determinadas formas o exponentes lingüísticos, de ciertas estrategias o configuraciones sintácticas o semánticas, en sus manifestaciones de opinión, de argumentación y de cortesía, ¿dependen más bien de condiciones expresivas propias de cada autor?

Tal como hemos destacado y advertido en la *Introducción*, esta tesis, en ningún momento se ha ocupado del sentido, o a la orientación de la opinión y de la argumentación de los columnistas, cuyo contraste ideológico damos por supuesto, y que se deduce fácilmente de los perfiles curriculares de cada columnista y de los medios donde publican, que se han reseñado con más detalles en la parte B de esta tesis, *Configuración de corpus y la metodología*. El objeto de esta tesis no han sido las manifestaciones de las distintas orientaciones ideológicas que podrían ser objeto de otra tesis, sino las manifestaciones lingüísticas de la opinión, de la argumentación y de la cortesía.

Por consiguiente, lo que hemos podido ver una vez hecho el análisis del corpus de las 40 columnas de los columnistas seleccionados es que las formas y procedimientos de manifestación de opinión, de argumentación y de cortesía no dependen de las supuestas diferencias ideológicas entre los periódicos donde publican, sino de su estilo personal y de las condiciones expresivas propias de cada columnista.

Por tanto, hemos podido ver que hay una tendencia común en todos los columnistas hacia la argumentación por coorientación, en particular, hacia el uso de relación aditiva con respecto a la causal, lo que nos hace pensar que es un mecanismo que les resulta más útil para orientar la opinión de sus lectores y que adopten los puntos de vista expuestos y llevarles a la conclusión.

En cuanto a la fuerza argumentativa, existe también una tendencia común aunque de diferentes grados, en el uso de las formas de intensificación de la fuerza

argumentativa con respecto a las formas de atenuación que tiene que ver con el objetivo principal y la intención común de los columnistas de persuadir a los lectores de aceptar lo que se propone en la conclusión.

No obstante, en el aspecto relacionado con la argumentación y los interlocutores hemos visto que los columnistas que tienen un estilo más personal son dos procedentes de dos periódicos de orientación distinta, Maruja Torres y Antonio Burgos, seguidos por Carlos Boyero, mientras que en las columnas de Ignacio Camacho es muy escasa la expresión en primera persona singular. En cuanto a la manifestación de la polifonía y la manifestación de distintas voces en sus columnas, la distribución es un poco diferente aunque todavía se aprecia la coincidencia entre dos columnistas de diferentes periódicos. Son Antonio Burgos y Carlos Boyero los columnistas que más recurren a esta estrategia, mientras que Maruja Torres e Ignacio Camacho lo hacen con una frecuencia menor. Lo mismo ocurre con el uso de las estructuras impersonales que, a diferencia de la expresión de la visión personal, tienen un efecto contrario, el de la desautorización.

Por otro lado, los recursos relacionados con la figura del receptor que sirven para establecer el contacto con los lectores y expresar la actitud colaborativa de los columnistas tienen un uso desigual entre los columnistas. Dichos recursos tienen mayor frecuencia de uso en las columnas de Antonio Burgos, tanto en lo que se refiere a las fórmulas de tratamiento como en los mecanismos de apelación. En cuanto a otros columnistas, se puede ver que Maruja Torres usa estos recursos, aunque con una frecuencia menor, mientras que en las columnas de Carlos Boyero e Ignacio Camacho el uso es mínimo.

Por último, en cuanto a la cortesía verbal, hay una cierta coincidencia en el interés de proteger la imagen positiva del locutor en las columnas de Antonio Burgos y de Maruja Torres, mientras que en el caso de Carlos Boyero e Ignacio Camacho el interés es menor.

En cuanto al interés de proteger la imagen negativa de los lectores también hay una tendencia común entre los columnistas de diferentes periódicos aunque de diferente



grado. La mayor frecuencia de uso de esta estrategia se ha podido ver en las columnas de Antonio Burgos. El uso de esta estrategia es significativo también en las columnas de Maruja Torres y Carlos Boyero, mientras que en las columnas de Ignacio Camacho casi es mínimo.

Finalmente, siguiendo la hipótesis de Anscombe y Ducrot (1994) de que el significado de las palabras no es de tipo informativo de modo que su función principal no es aportar descripciones de la realidad sino más bien de tipo argumentativo que implica tener puntos de vista argumentativos que se aplican a diferentes situaciones, podemos concluir que la adopción de esos puntos de vista condiciona la elección de las unidades lingüísticas específicas que constituyen los actos comunicativos de los columnistas y, en consecuencia, determinan la progresión de sus discursos.

Los elementos lingüísticos utilizados permiten desvelar claramente los principios argumentativos utilizados por los columnistas para elaborar sus discursos a la vez que también constituyen un dato fundamental para comprender sus razonamientos y su estilo personal que, como en este caso, pueden resultar un poco inesperados dadas las diferencias ideológicas entre los medios en los que publican.

Desde este punto de vista, la argumentación es sobretodo un fenómeno lingüístico y discursivo general de modo que el lenguaje es el principal instrumento que todo columnista tiene para la construcción de una imagen concreta de una situación determinada. En este sentido, también podemos concluir que los columnistas en sus columnas y los medios de comunicación, en general, no solo expresan sus opiniones sino también construyen una representación simbólica, subjetiva e individual de la realidad y lo hacen fundamentalmente a través de medios lingüísticos.

Pero siempre, tal como se ha podido demostrar, podemos concluir que las formas o estrategias de opinión, de argumentación y de cortesía desplegadas o identificables en los textos de las columnas solo dependen de la elección predominante de determinados parámetros o exponentes expresivos, del estilo personal de cada autor, de cada columnista (AB, IC, CB, MT) y no tanto de su ideología, conservadora o progresista.



## **BIBLIOGRAFÍA**



## BIBLIOGRAFÍA

Abril Vargas, Natividad (1999): *Periodismo de opinión: claves de la retórica periodística*. Madrid. Síntesis.

Adam, Jean-Michael (1992): *Les textes: types et prototypes. Récit, description, argumentacion, explicacion et dialogue*. Paris. Nathan.

Agiunaga, E. de (1996): *Dimensión científica del Periodismo*. Madrid. Real Academia de Doctores de Madrid.

Albadalejo Mayordomo, T. ([1988] 1991): *Retórica*, Madrid, Síntesis.

Albert, H. (1975): *Traktat über Kritische Vernunft* [Treatise on Critical Reasoning], Tübingen, J. C. B. Mohr (3ª edición). Versión española: *Tratado sobre la razón crítica*. Buenos Aires. Sur.

Alcaide Lara, Esperanza (2004): "La ironía, recurso argumentativo en el discurso político" en RILCE, Revista de Filología Hispánica, vol. 20, núm. 2. pp. 169-189.

Alcántara Plá, Manuel (2007): *Introducción al análisis de estructuras lingüísticas en corpus. Aproximación semántica*. Madrid: UAM.

Alcoba, Santiago (coord.) (2009): *Lengua, comunicación y libros de estilo*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Lengua,%20Comunicaci%C3%B3n%20y%20Libros%20de%20estilo.pdf> [fecha de consulta: 10 de mayo de 2011].

Alcoba, Santiago (2011): "Cortesía, argumentación y 'poder' en las cuñas publicitarias americanas" en Alcoba, S. y D. Poch (coords.), *Cortesía y Publicidad*. Barcelona. Ariel. pp. 159-184.

Alcoba, Santiago (2013): "Cortesía y gramática de la argumentación en las cuñas publicitarias" en C. Fuentes (Coord.), *Descortesía para el espectáculo: estudios de pragmática variacionista*. Madrid. Arco Libros. pp. 39-66.

Alcoba, Santiago y Dolores Poch (2006): "Cortesía y argumentación en las cuñas de radio. *Español Actual*, 86, pp. 7-44.

Alcoba, Santiago y Dolores Poch (2010): "Argumentación, cortesía y 'poder' en las cuñas de radio" en F. Orletti y L. Mariottini (eds.), *Descortesía en español. Espacios teóricos y metodológicos para su estudio*, Roma/Estocolmo, Università Roma Tre-EDICE, pp. 285-314.

- Alcoba, Santiago y Dolors Poch (2011): *Cortesía y publicidad*. Barcelona. Ariel.
- Alcoba, Santiago y Margarita Freixas (2009): «La prensa digital: condiciones y lengua», en R. Sarmiento y F. Vilches (coord.), *La calidad del español en la red. Nuevos usos de la lengua en los medio digitales*. Barcelona: Ariel, Col. Fundación Telefónica, pp. 27-57.
- Alduante, Ana Francisco y María José Lecaros (1989): *Géneros periodísticos*. Santiago de Chile. Pontificia Universidad Católica de Chile. (Yanes Mesa, Rafael)
- Almeida, Manuel (1999): *Sociolingüística*. Tenerife. Universidad de la Laguna.
- AlvarEzquerria, Manuel, María José Blanco Rodríguez y Fernando Pérez Lagos (1994): «Diseño de un corpus español en el marco de un corpus europeo». Manuel Alvar Ezquerria y Juan Andrés Villena Ponsoda, Eds. *Estudios para un corpus del español*. Málaga: Universidad de Málaga. pp. 9-29.
- Álvarez de la Granja, M. (ed.) (2007): *Lenguaje figurado y motivación. Una perspectiva desde la fraseología*. Fráncfort. Peter Lang. 221-238.
- Álvarez, M. (1994): *Tipos de escrito II: Exposición y argumentación*, Madrid. Arco/Libros.
- Anscombe, J.C. y Ducrot, O. ([1983] 1994): *La argumentación en la lengua*. Madrid. Gredos.
- Anscombe, J.C. y Ducrot, O. (1989): “Argumentativity and informativity” en M.Meyer (Ed.): *From metaphysics to rhetoric*, pp.71-87.
- Anscombe, J.-C. (1995): “Semántica y léxico: topoi, estereotipos y frases genéricas”, *RSEL* 25/2, 297-310.
- Apothéloz, D., Brandt, P.Y. y Quiroz, G. (1993): “The function of negation in argumentation” en *Journal of Pragmatics*, 19, pp. 23-38.
- Aristóteles (aprox. 360-355 a.C.): *Tratados de lógica (Organón)*. México. Porrúa.
- Aristóteles (1990): *Retórica* [Traducción española (1990) Madrid. Gredos].
- Armañanzas, Emy (1993): *El color del dinero. El boom de las subastas de arte, acontecimiento cultural en prensa*. Bilbao, Rekarigi.
- Armañanzas E. y J. Díaz (1996): *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*. Bilbao. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco.

Austin, J.L. (1962): *How to do Things with Words*. Oxford. Clarendon Press.

Austin, J.L. (1982): *Cómo hacer cosas con palabras*, Barcelona, Paidós.

Bajtin, M. (1982): *Estética de la creación verbal*. México. Siglo XXI.

Bajtin, M. (1990): "The problem of speech genres" en P. Bizzell y B. Herzeberg (comps.), *The Rhetorical Tradition: Readings from Classical Times to the Present*. Boston. Bedford. pp. 944-963.

Bañon Hernández, A. M. (1993): *El vocativo en español. Propuesta para su análisis lingüístico*. Barcelona. Octaedro.

Barth, E. M. y E. C. W. Krabbe (1978): "Formele dialectiek: instrumenten ter beslechting van conflicten over geuite meningen", *Spektator*, 7, pp. 307-341.

Barth, E. M. y E. C. W. Krabbe (1982): *From axion to dialogue. A philosophical study of logics and argumentation*. Berlin/New York. Walter de Gruyter.

Barthes, R. (1982): *Investigaciones retóricas I: la antigua retórica*. Barcelona. Ed. Buenos Aires.

Beardsley, M. C. (1959): *Practical Logic*. New York. Prentice-Hall.

Berelson, B. y G. Steiner (1964): "Mass communications" en *Human Behaviour: An Inventory of Scientific Findings*. Nueva York. Harcourt Brace y World Inc., pp. 527-555.

Berlanga, Lorenza de Jesús (2002a): "Contribución a la teoría de los modificadores argumentativos en la Argumentación el la Legua. Los modificadores sobrerrealizantes" en Maria Carme Figuerola Cabrol, Pere Solá, Montserrat Parra, *La lingüística francesa en el nuevo milenio*, pp. 91-100.

Berlanga, L. (2002b) "El modificador sobredesrealizante. Una propuesta en el marco de los modificadores argumentativos." en *Actas del Congreso La Argumentación*. Disponible en: <http://www.filo.uba.ar/contenidos/investigacion/institutos/linguistica/home.htm> [Fecha de consulta 21/06/2013].

Berlanga, L (2004) "Una nueva mirada sobre la morfología: perspectiva semánticoargumentativa." en Villayandre Llamazares, M. (ed.) *Actas del V Congreso de Lingüística Genera : León 5-8 de marzo de 2002*, págs. 409-420.

Bernárdez, E. (1982): *Introducción a la lingüística del texto*. Madrid. Espasa Calpe.

- Bernárdez, E. (1995): *Teoría y epistemología del texto*. Madrid. Cátedra.
- Bertuccelli Papi, Marcella (1996): *Qué es la pragmática*. Barcelona: Paidós.
- Berrio, Jordi (1983): *Teoría social de la persuasión*. Barcelona. Mitre.
- Biber (1986): "Spoken and written textual dimensions in English: resolving the contradictory findings", *Language*, 62 (2), pp. 384-414.
- Biber, Douglas (1989): "A typology of English Texts" en *Linguistics*, 27, pp. 3-43.
- Billig, M. (1987): *Arguing and Thinking. A Rhetorical Approach to Social Psychology*. Cambridge. Cambridge University Press.
- Blakemore, Diane (1987): "Semantic constraints on relevance". Oxford. Blackwell.
- Blakemore, Diane (1989): "Denial and contrast: a relevance theoretic analysis of *but*". *Linguistics and Philosophy*, 12:1. pp 15-37.
- Blakemore, Diane (1992): "La organización del discurso". Frederick J. Newmeyer, Comp. *Panorama de la Lingüística Moderna de la Universidad de Cambridge, IV. El lenguaje: contexto socio-cultural*. Madrid: Visor. 275-298.
- Blakemore, Diane (1996): "Are apposition markers discourse markers?". *Journal of Linguistics*.32. pp. 325-347.
- Blas Arroyo, José Luis (1994): "Los pronombres de tratamiento y la cortesía" en *Revista de Filología de la Universidad de la Laguna*, nº 13, pp. 7-35.
- Blas Arroyo, José Luis (1994-1995): "Tú y usted: dos pronombres de cortesía en el español actual. Datos de una comunidad peninsular" en *Estudios de Lingüística*, 10, pp. 21-44.
- Borrat, Héctor (1989): *El periódico, actor público*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Bosque, I. y Demonte, V. (Eds.) (1999): *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid. Gredos.
- Bravo, D. y Briz, A. (eds.) (2004): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona, Ariel.
- Bravo, D. (2001): "Sobre la cortesía lingüística, estratégica y conversacional en español", *Oralia* 4, pp. 299-314.



Bravo, Diana (2004): "Panorámica breve acerca del marco teórico y metodológico" en D. Bravo y A. Briz (eds.) *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona. Ariel. pp. 4-11.

Bravo, Diana (2005): "Categorías, tipologías y aplicaciones. Hacia una redefinición de la cortesía comunicativa", Bravo, D. (ed.): *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*. Estocolmo-Buenos Aires. Dunken. pp. 21-52.

Bronckart, Jean Paul *et al.* (eds) (1985): *Le fonctionnement des discours. Un modèle psychologique et un method d'anayse*. Neuchâtel. Delachaux et Niestlé.

Brown, P. y Levinson, S. (1987): *Politeness. Some universals in language use*, Cambridge, Cambridge University Press.

Brown, G. y Yule, G. (1983): *Discourse Analysis*. Cambridge. Cambridge University Press.

Brown, J.A.C. (2004 [1963]): *Técnicas de persuasión: de la propaganda al lavado del cerebro*. Madrid, Alianza.

Bustos Tovar, José Jesús de (2000): "Texto, discurso e historia de la lengua" en *Revista de Investigación Lingüística*, nº 2, vol. III, pp. 67-94. Disponible en <http://www.vallenajerilla.com/berceo/bustostovar/discurso.htm> [Fecha de consulta 10/06/2014].

Calsamiglia, Helena y Amparo Tusón ([1999]2008): *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, prólogo de Teun A. van Dijk, 2ª edición. Barcelona: Ariel.

Carrasco Polaino, Rafael (2007): "La Sociedad informante: ¿una nueva forma de periodismo?" en Mariano Cebrian Herreros y Jesús Flores Vivar (editores): *Blogs y periodismo en la red*. Madrid. Editorial Fragua. pp. 341-346.

Carrilho, Manuel M<sup>a</sup> (1992): *Rhétoriques de la modernité*. Presses Universitaires de France. París.

Casado Velarde, M., R. González Ruiz y M.<sup>a</sup> V. Romero Gualda (eds.) (2006): *Análisis del discurso: lengua, cultura, valores. Actas del I Congreso Internacional*. Madrid. Arco Libros.

Casado Velarde, M. (2008): "Algunas estrategias discursivas en el lenguaje periodístico de hoy", *Boletín Hispánico Helvético* 12, 71-97.

Cassany, Daniel (ccordinador): *La competencia receptiva crítica: análisis y propuesta didáctica*. Barcelona: Centro de inscripción/Departamento de Traducción y Filología / Universidad Pompeu Fabra , 2004-2007. Proyecto financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia, del 12-12-2004 al 12-12-2007. Referencia: HUM 2004-03772/FILO.

Cassany, D. "Literacidad crítica: leer y escribir la ideología", taller en el IX Simposio Internacional de la Sociedad Española de Didáctica de la Lengua y la Literatura, SEDELL/Universidad de la Rioja, Logroño. 30-11-2005. Disponible en: [http://sedll.org/es/admin/uploads/congresos/12/act/10/Cassany,\\_D..pdf](http://sedll.org/es/admin/uploads/congresos/12/act/10/Cassany,_D..pdf).

Casasús, J. M<sup>a</sup>. (1993): "La periodística com a experimentació de la nova retòrica" en *Periodística*. Barcelona.

Casasús, J. M.<sup>a</sup> y L. Núñez Ladevéze (1991): *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona. Ariel.

Cebrian Herreros, Mariano y Jesús Flores Vivar (editores) (2007): *Blogs y periodismo en la red*. Madrid. Editorial Fragua.

Cicerón (aprox. 90 a.C.): *Rethorica ad Herennium* (obra atribuida al autor). Traducción española (1997) Madrid. Gredos.

Cicerón (46 a.C): *Orator*. Traducción española (1999): *El orador prefecto*. México D.F., Universidad Nacional Autónoma de México.

Cicerón (43 a.C.): *La invención retórica*. Traducción española (1997) Madrid, Gredos.

Chomsky, Noam (1977): *El lenguaje y el entendimiento*. Barcelona. Seix Barral.

Cherry, R.D. (1988): "Politeness in written persuasion", *Journal of Pragmatics*. 12, pp. 63-81.

Clark, R.A. y Delia, J.G. (1976), "The development of functional persuasive skills in childhood and early adolescence", *Child development*, 47, pp. 1008-1014.

Connor, U. y R.B. Kaplan (Eds.) (1987): *Writing Across Languages. Analysis of L2 Text*. Reading. Addison-Wesley.

Connor, U. (1987): "Argumentative patterns in student essays: cross-cultural differences" en Connor, U. y R.B. Kaplan (Eds.) (1987): *Writing Across Languages. Analysis of L2 Text*. Reading. Addison-Wesley.

Consejo de Europa (2001 [2002]): "Las competencias del usuario o alumno", Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación, Madrid: Secretaría General Técnica del MECD y Grupo Anaya. Disponible en: <http://cvc.cervantes.es/obref/marco>, capítulo 5 [Fecha de consulta 27/10/2014].

Crawshay-Williams, R. (1957): *Methods and Criteria of Reasoning. An inquiry into the structure of controversy*. London. Routledge and Kregan Paul.

Crombie, W. (1985): *Process and Relation in Dicourse and Language Learning*. Oxford. Oxford University Press.

Crusius, T.W. y Channell, C.E. (1999 (3ª edición)), *The Aims of Argument: A Brief Rhetoric*, Mt. View, CA, Mayfield Publishing Co.

Cuartero Sánchez, Juan Manuel (2002): *Conectores y conexión aditiva. Los signos incluso, también y además en el español actual*. Madrid. Gredos.

Cuenca, María Josep (1995): "Mecanismos lingüísticos y discursivos de la argumentación" en *Comunicación, Lenguaje y Educación*. pp. 23-40.

Culpeper, J. (1996): "Towards an anatomy of impoliteness", *Journal of Pragmatics*, 25, pp. 349-367.

Chodorowska-Pilch, Marianna (1999): "On the polite use of *vamos* in peninsular Spanish" en *Journal of Pragmatics*. 28. pp. 355-371.

Daniels, D.I. y B.J. Daniels (1993): *Persuasive Writing*. New York. HarperCollins.

De La Fuente García, Mario (2005): La argumentación en el discurso periodístico sobre la inmigración. Tesis doctoral dirigida por el Dr. Salvador Gutiérrez Ordóñez. Disponible en: <http://www.dissoc.org/recursos/tesis/> [Fecha de consulta 17/09/2013].

Dolz, J. (1993): "La argumentación" en *Cuadernos de Pedagogía*, 216, pp. 68-70.

Donaire, M. L. (2000): "Polifonía y puntos de vista". *Discursos y Sociedad*. Vol. 2, nº 4, pp. 73-88.

Ducrot, Oswald (1980) :*Les motes du discours*. Paris. Les Éditions de Minuit.

Ducrot, O. (1984): *Le dire et le dit*. Paris. Éditions de Minuit. Versión española: (1986): *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*. Barcelona. Paidós.

Ducrot, O. (1990): *Polifonía y argumentación*. Cali. Universidad del Valle.

Ducrot, O. (1996) *Slovenian Lectures: argumentative semantics*. Zagar I. Z. (ed.) Ljubljana. ISH Institut za humanistične študije.

Ducrot, O. (1998): "Los modificadores desrealizantes" en *Signo y Seña* 9, p. 45-74.

Eco, Umberto (1981): *Lector in fabula*. Barcelona. Lumen.

Edmonson, W. (1981): *Spoken Discourse. A model for análisis*. London. Longman.

Ehningen, Douglas y Weine Brackriede (1963): *Decision by Debate*. New York. International Debate Education Association.

Escandell Vidal, M<sup>a</sup>. V. (1995): "Cortesía, fórmulas convencionales y estrategias indirectas". *Revista Española de Lingüística*, 25, 1, pp. 31-66.

Escandell Vidal, M. V. (1999): "Los enunciados interrogativos. Aspectos semánticos y pragmáticos" en Bosque, I. y Demonte, V. *Gramática Descriptiva de la Lengua Española*, eds. (1999), Madrid: Real Academia Española, vol.3, cap. 61.

Escandell Vidal, M. V. (2006): *Introducción a la pragmática*, Barcelona, Ariel.

Escribano Hernández, Asunción (2006): *Comentario de textos periodísticos: informativos, interpretativos y de opinión*. Salamanca. Universidad de Salamanca.

Escribano Hernández, Asunción (2008): "Usos lingüísticos polifónicos en el discurso sobre el terrorismo de Zapatero y Rajoy" en *Espacios Públicos*, vol. 11, núm. 23. México. Universidad Autónoma de la Universidad de México. pp. 213-225.

Escribano Hernández, Asunción (2009): *Las voces del texto como recurso persuasivo*. Madrid. Arco Libros.

Fairclough, Norman (1989): *Language and Power*. London: Longman.

Fairclough, Norman y Ruth Wodak (1997): «Critical Discourse Analysis», en T. A. Van Dijk (ed.), *Discourse Studies. A multidisciplinary Introduction*, vol. 2 (*Discourse as Interaction*). Londres: Sage, pp. 258-284.

Fernando Martínez, Antonio; Sánchez Cabaco; Ángel Badilio; Juan Carlos Paradiso (2000): *Manual de prácticas de redacción periodística*. Salamanca. Publicaciones Universidad Pontificia Salamanca.

Fontcuberta, Mar (1996): *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona. Paidós.

Fowler, R. (1991): *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. London. Routledge.

Frascarolo, Manuel; Manuel Fernández sande y Tatiana Millán Paredes (2007): "El impacto de los weblogs en las ediciones digitales de los diarios, sus características y posibilidades para el periodismo digital" en Mariano Cebrian Herreros y Jesús Flores Vivar (editores): *Blogs y periodismo en la red*. Madrid. Editorial Fragua. pp. 161-176.

Fuentes Rodríguez, Catalina (1987): "El "verbo" de enunciación". en *Verba*, 14. pp. 149-167.

Fuentes Rodríguez, Catalina (1990): "La complejidad del artículo". *Anuario de estudios filológicos*, 13: 85-102.

Fuentes Rodríguez, Catalina (1993): "Claro: modalización y conexión". Pedro Carbonero Cano, Dir. y Catalina Fuentes Rodríguez, Ed. *Sociolingüística Andaluza*, 8. Sevilla: Universidad de Sevilla. 99-126.

Fuentes Rodríguez, Catalina (1995): "Polifonía y argumentación: los adverbios de verdad, certeza, segurigag y evidencia en español", *Lexis*, XIX, 1, 59-83.

Fuentes Rodríguez, Catalina (1996): *La sintaxis de los reaccionantes supraoracionales*. Madrid. Arco Libros.

Fuentes Rodríguez, Catalina (1997): "Pero/sino y la orientación argumentativa" en *Pragmalingüística* 5-6. Sevilla. universidad de Sevilla. pp. 119-151.

Fuentes Rodríguez, Catalina (1998a): "Pero ¿cuál es su valor?" en *Philología Hispalensis* 12. pp. 123-145.

Fuentes Rodríguez, Catalina (1998b): *Las construcciones adversativas*. Madrid. Arco Libros.

Fuentes Rodríguez, Catalina (1999): "Lo oral en lo escrito: los enunciados parentéticos", *Moenia* 5, pp. 225-246.

Fuentes Rodríguez, Catalina (2000): *Lingüística pragmática y análisis del discurso*. Madrid. Arco Libros.

Fuentes Rodríguez, C. y E. Alcalde Lara (2002): *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*, Madrid, Arco Libros.

Fuentes Rodríguez, C. y Alcalde Lara, E. R. (Eds.), *Manifestaciones textuales de la descortesía y agresividad verbal en diversos ámbitos comunicativos*, Sevilla, Universidad Internacional de Andalucía.

Fuentes Rodríguez, Catalina (2006): "Operadores del intensificación del adjetivo" en *Anuario de Estudios Filológicos*, vol. XXIX, pp. 35-53.

Fuentes Rodríguez, C. y E. Alcalde Lara (2007): *La argumentación lingüística y sus medios de expresión*. Madrid. Arco Libros.

Fuentes Rodríguez, Catalina (2009a): *Diccionario de conectores y operadores del español*. Madrid. Arco Libros.

Fuentes Rodríguez, Catalina (2009b): "La argumentación en la lengua y la cortesía verbal, ¿dos teorías distintas?" en Miguel Casas Gómez (dir.) y Raíl Marquez Fernández (ed.), *XI jornadas de Linguística. Homenaje al profesor José Luis Morales*. Cádiz. Universidad de Cádiz. Servicio de Publicaciones. pp. 109-148.

Galán Rodríguez, Carmen (2005): "Las oraciones subordinadas adverbiales: causales y finales" en *E-excellenceLiceus*. Disponible en: <http://books.google.es/books?id=hy9CKmryeTUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false> [Fecha de consulta 19/06/2014].

García Berrio, A. (1984): "Retórica como ciencia de la expresividad (Presupuestos para una retórica general" en *Estudios de Lingüística*, 2, pp. 7-59.

García Negroni, M. M. (1995) "Scalarité et Réinterprétation: les Modificateurs Surréalisants." en Anscombe J. C. (ed.) *Théorie des Topoi*. París. Kimé, págs. 101-144.

García Negroni, M.<sup>a</sup> y M. Tordesillas Colado (2001): *La enunciación en la lengua. De la deixis a la polifonía*. Madrid. Gredos.

Garrido Medina, J. (1999): "Los actos de habla. Las oraciones imperativas", Bosque, I. y Demonte, V. *Gramática Descriptiva de la Lengua Española*, eds. (1999), Madrid: Real Academia Española, vol.3, cap. 60.

Gazdar, Gerald (1979): *Pragmatics: implicature, presupposition and logical form*. New York. Academic Press.

Genette, Gérard (1970): "La rhétorique restreinte" en *Communications*, 16, (pp. 158-171). Disponible en [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm\\_0588-8018\\_1970\\_num\\_16\\_1\\_1234](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1970_num_16_1_1234) [Fecha de consulta 23 de marzo 2012].

Gill, Ann y Karen Whedbee (2000): "Retórica" en Teun A. Van Dijk (compilador), *El discurso como estructura y proceso*. Vol. 1. Barcelona. Editorial Gedisa.

Gomis, Lorenzo (1987 [1974]): *El medio media: La función política de la prensa*. Barcelona. Editorial Mitre.

Gomis, Lorenzo (1991): *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona. Paidós.

González Bedoya, Jesús (1988): *Tratado histórico de retórica filosófica*. Madrid. Nájera.

González Reyna, S. (1991): *Periodismo de opinión y discurso*. México [etc.]. Trillas.

GRAE (2009a): "La modalidad. Los actos de habla. Construcciones imperativas, interrogativas y exclamativas", en *Nueva Gramática de la lengua española*, Madrid: Espasa Libros, vol. 1, cap. 42.

GRAE (2009b): "Relativos, interrogativos y exclamativos. Sus grupos sintácticos", en *Nueva Gramática de la lengua española*, Madrid: Espasa Libros. vol. 1, cap. 22.

Grice, P. (1975): "Logic and conversation", en: P. Cole y J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*, New York, Academic Press.

Grice, H. P. (1975): "Lógica y conversación" en L. Ml. Valdés Villanueva (ed.), *La búsqueda de significado*. Madrid. Tecnos (1991), pp. 511-530.

Grice, P. (1989): *Studies in the Way of Words*. Cambridge (MA). Harvard University Press.

Grimes, J. E. (1984): *The thread of discourse*. Berlin. Mouton Publishers.

Grosse, Ernst U. (1976): *Text und Kommunikation. Eine Linguistische Einführung in die Funktion der Texte*. Stuttgart. Kohlhammer.

Gutiérrez Ordóñez, S. (1996): "Sobre la argumentación" en *Actas de las III Jornadas de Metodología y Didáctica de la Lengua y Literatura Españolas: Lingüística del Texto y Pragmática*. Cáceres. pp. 91-119.

Gutiérrez Ordóñez, Salvador (2000): "Causales". *Boletín de la real Academia Española*. LXXX/CCLXXIX: 47-159.

Gutiérrez Palacio, J. (1984): *Periodismo de opinión*. Madrid. Paraninfo.

Halliday, M. A. K. y R. Hasan (1976): *Cohesion in English*. London. Longman.

Halliday, M. A. K. (1978): *Language as social semiotic. The social interpretation of language and meaning*. London. Edward Arnold.

Halliday, M. A. C. y Christian Matthiessen (2004): *An Introduction to Functional Grammar*. London. Arnold.

Haverkate, Henk (1985): "La ironía verbal: un análisis pragmlingüístico" en *Revista Española de Lingüística*, XV-2, pp. 343-391.

Haverkate, H. (2004 [1994]): *La cortesía verbal, Estudio pragmlingüístico*, Madrid, Gredos.

Heinemann, W. y Viehweger, D. (1991): *Textlinguistic. Eine Einführung*. Tubinga. Niemeyer.

Herrero, Carmen (1996): *Periodismo político y persuasión*. Madrid. Editorial Actas.

Herrero Cecilia, Juan (2006): *Teorías de pragmática, de lingüística textual y de análisis del discurso*. Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha.

Herreros Arconada, Mario (1989): *Teoría y práctica de la propaganda electoral, (formas publicitarias)*. Barcelona. Promociones y Publicaciones Universitarias.

Hoey Michael (1983): *On the Surface of Discourse*. Londres. Allen & Unwin.

Hoey, Michael (1986): "Overlapping Patterns of Discourse Organization and their Implications for Clause Relational Analysis of Problem-Solution Texts", en C.R. Cooper y S. Greenbaum (Eds.). *Studying writing: linguistic approaches*. pp. 187-214.

Hoey, Michael (1991): *Pattern of Lexis in Text*. Oxford. Oxford University Press.

Hoey, Michael (2001): *Textual interaction. An introduction to written discourse analysis*. New York. Routledge.

Hoey, Michael (1986): "Overlapping Patterns of Discourse Organization and Their implications for Clause Relational Analysis in Problem-Solution Texts" en Charles R. cooper y S. Greenbaum (eds.): *Studying Writing: Linguistic Approaches*. London. Sage Publication. pp. 187-214.

Hutchins, W. J. (1977): "On the structure of scientific texts" en *UEA Papers in Linguistic*, 5, pp. 18-39.

Ivanović, M. (2015): *Anexo de datos del estudio sobre Manifestaciones de la opinión y de la argumentación en columnistas de El País y el ABC*, disponible en: [http://bit.ly/Anexos\\_Tesis\\_M\\_Ivanovic](http://bit.ly/Anexos_Tesis_M_Ivanovic).



Ivanović, M. (en prensa): "Argumentation and Politeness Strategies for Enhancing Critical Literacy Competence in C1/C2 students of Spanish as a Foreign Language" Comunicación en 5<sup>th</sup> *International Conference on Foreign Language Teaching and Applied Linguistics*, Sarajevo, 7 - 10 de mayo de 2015.

Jakobson, Roman (1960): "Lingüística y poética" en *Ensayos de lingüística general*. Barcelona. Ariel. 1984. pp. 347-395.

Johnstone, Henry W. y John W. Ray (1978): "Perelman's universal audience" en *Quarterly Journal of Speech*, núm. 64, pp. 361-75.

Jordan, M. P. (1980): "Short Text to explain Problem-Solution structures and viceversa", *Instructional Science*, nº 9, pp. 221-52.

Jordan, M. P. (1984): *Rhetoric of Everyday English Texts*. Londres y Nueva York. George Allen & Unwin.

Jowett, G. S. y O'Donnell, V. (1986): *Propaganda and persuasion*, London, Sage Publications.

Jucker, Andreas H. (2006): «Historical pragmatics» en Keith Brown (Ed.) *Encyclopedia of Language and Linguistics*. Amsterdam: Elsevier. pp. 329-331.

Kress, G. (1990): *Linguistic processes in sociocultural practice*. Gelong: Deakin University Press.

Llamas Saíz, Carmen; Martínez Pasamar, Concepción y Manuel Casado Velarde (eds.) (2013): *Léxico y argumentación en el discurso público actual*. Frankfurt am Main. Peter Lang.

Landone, Elena (2009): *Los marcadores del discurso y la cortesía verbal en español*. Bern. Peter Lang.

Landow, George P. (1997): *Teoría del hipertexto*. Barcelona. Paidós.

Lázaro Carreter, Fernando (1977): "El lenguaje periodístico, entre el literario, el administrativo y el vulgar" en *Lenguaje en periodismo escrito*. Madrid. Fundación Juan March. pp. 9-32.

Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson y H. Gaudet (1962): *El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*. Buenos Aires. Ediciones Tres.

Leech, G. N. (1983): *Principles of Pragmatics*, London-New York, Longman.

León Gross, Teodoro (1996): *El artículo de opinión*. Barcelona. Ariel Comunicación.

Liñan Ávila, Edgar (2006): *Géneros periodísticos*. México. Miguel Ángel Porrúa.

Lo Cascio, V. (1998): *Gramática de la argumentación: estrategias y estructuras*, Madrid, Alianza Editorial.

Longacre, Robert E. y Stephen Levinson (1978): “Field analysis of Discourse” en W. Dressler, *Current Trends in Text Linguistics*.

López Eire, A. (2003): *La retórica en la publicidad*, Madrid, Arco Libros.

López Ferrero, Carmen y Ernesto Martín Peris: “La competencia crítica en el aula de español L2/LE: textos y contextos”. El estudio se enmarca en el proyecto de investigación Descripción de algunas prácticas letradas recientes. Análisis lingüístico y propuesta didáctica (proyecto HUM2007-62118/FILO ), dirigido por Daniel Cassany en la Universitat Pompeu Fabra. Disponible en: [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/asele/pdf/21/21\\_0507.pdf](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/21/21_0507.pdf) [Fecha de consulta 25/10/2014].

López García, Xosé y María Luisa Otero López (2007): “Los blogs en la construcción del discurso periodístico” en Mariano Cebrian Herreros y Jesús Flores Vivar (editores): *Blogs y periodismo en la red*. Madrid. Editorial Fragua. pp. 73-89.

López García, José, Manuel Gago Mariño y José Pereira Fariña (2003): *Nuevas tendencias del periodismo electrónico*. Santiago. Laverde Ediciones.

López Hidalgo, A. (1996): *Las columnas del periódico*. Madrid. Prodhufi.

López Morales, Humberto (2004): *Sociolingüística*. Madrid. Gredos

López Pan, Fernando (1996): *La columna periodística: teoría y práctica. El caso de Hilo Directo*. Pamplona. Eunsa. Ediciones Universidad de Navarra.

Maineaneau, Dominique (1996): *Términos claves del análisis del discurso*. Buenos Aires. Nueva visión.

Martín Vivaldi, Gonzalo (1998 [1973]): *Géneros periodísticos*. Madrid. Paraninfo.

Martín Zorraquino, M<sup>a</sup> A. y Montolío Durán, E. (1998) (Coords.): *Los marcadores del discurso. Teoría y análisis*. Madrid. Arco/Libros.

Martín Zorraquino, M<sup>a</sup> A. y Portolés Lázaro, José (1999): "Los marcadores del discurso" en Bosque, I. y Demonte, V. (eds.) *Gramática Descriptiva de la Lengua Española*. Madrid. Espasa-Calpe, págs. 4051-4213.

Martínez, Roser (2004 [1997]): *Conectando texto. Guía para el uso efectivo de elementos conectores en castellano*. Barcelona. Octeadro.

Martínez Albertos, J. L. (1993 [1983]): *Curso general de redacción periodística*. Madrid. Mitre.

Martínez Albertos, José Luis y Luisa Santamaría Suárez (1996): *Manual de estilo*. Indianápolis. Instituto de Prensa de la Sociedad Interamericana de prensa. (Yanes Mesa, Rafael)

Martínez Mahugo, Sergio y José Luis González Esteban (2007): "La influencia del periodismo ciudadano en los medios tradicionales: la gestión del *blog* de opinión" en Mariano Cebrian Herreros y Jesús Flores Vivar (editores): *Blogs y periodismo en la red*. Madrid. Editorial Fragua. pp. 129-147).

Martínez Pasamar, Concepción (2010): *Estrategias argumentativas en el discurso periodístico*. Frankfurt am Main. Peter Lang.

McCombs, Maxwell E. y Donald L. Shaw (1972): "The Agenda-Setting Function of the Mass Media" en *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, pp. 176-187).

McLuhan, Marchal (2009 [1964]): *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona. Paidós.

Mirón López, Luis María (2007): "Las nuevas fórmulas del periodismo en Internet" en Mariano Cebrian Herreros y Jesús Flores Vivar (editores): *Blogs y periodismo en la red*. Madrid. Editorial Fragua. pp. 209-213.

Moliner, M. (2007). *Diccionario de uso del español* (3<sup>a</sup> ed.). Madrid: Gredos.

Molntolío Durán, Estrella (2001): *Conectores de la lengua escrita. Contraargumentativos, consecutivos, aditivos y organizadores de la información*. Barcelona. Ariel.

Montolío Durán, E. (2004): "Objetividad y valoración en el discurso periodístico (o de cómo la gramática dirige la interpretación)", en E. N. de Arnoux y M.<sup>a</sup> M. Negroni (comps.): *Homenaje a Oswald Ducrot*. Buenos Aires. Eudeba, 259-278.

Morán, Esteban (1988): *Géneros del Periodismo de Opinión*. Crítica, comentario, columna, editorial. Pamplona. Ediciones Universidad de Navarra.

- Noguera Vivo, J. M. (2008): *Blogs y medios*. Buenos Aires. LibrosEnRed.
- Núñez Ladevéze, L. (1979): *El lenguaje de los "media". Introducción a una teoría de la actividad periodística*. Madrid. Ediciones Pirámide.
- Núñez Ladevéze, L. (1993): *Teoría y práctica de la construcción del texto*. Barcelona. Ariel.
- Núñez Ladevéze, L. (1995): *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona. Ariel.
- Núñez, Rafael y Enrique del Teso (1996): *Semántica y pragmática del texto común*. Madrid. Cátedra.
- Nye, Joseph S. (2002): *The Paradox of American Power*. New York: Oxford University Press.
- Obijiofor, Levi y Folker Hausch (2011): *Journalism across cultures: an introduction*. New York. Palgrave Macmillan.
- Oesterreicher, Wulf (1996): "Lo hablado en lo escrito. Reflexiones metodológicas y aproximación a una tipología" en Thomas Kotschi, Wulf Oesterreicher y Klaus Zimmermann (Eds.) *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*. Madrid: Vervuet. pp. 317-340.
- Oesterreicher, Wulf (2005): «Textos entre inmediatez y distancia comunicativas. El problema de lo hablado escrito en el Siglo de Oro». Rafael Cano (Coord.) *Historia de la lengua española*. Barcelona: Ariel. pp. 729-169.
- O'Keefe, D. J. y P. J. Benoit (1982): "Children's arguments". in I. R. Cox y Ch. A. Willard (eds.): *The field of Argumentation theory and research*. pp. 154-183.
- O'Keefe, D. J. (2002): *Persuasion: Theory and Research*. Thousand Oaks, CA, Sage Publications.
- Orihuela, José Luis (2006): *La revolución de los blogs: cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente*. Madrid. La Esfera de los Lobros.
- Parodi Sweis, Giovanni (2010): *Lingüística de Corpus: de la teoría a la empiría*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert.
- Parsons, Talcott (1967): "On the concept of Influence" in *Sociological Theory and Modern Society*. New York. The Free Press.
- Perelman, Ch. y Olbrechts-Tyteca ([1958] 1989): *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, Madrid, Gredos.

Petty, R., J. Cacioppo y Heesacker (1981): "Effects of rhetorical questions on persuasion. A cognitive response analysis", *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, pp. 332-340.

Petty, R. E. y Cacioppo, J. T. (1986a): *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York. Springer-Verlag.

Petty, R. E. y Cacioppo, J. T. (1986b): The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowitz (Ed.): *Advances in experimental social psychology*, Vol. 19. New York. Academic Press. pp. 123-205.

Pizarroso, Alejandro (1992): *De la Gazeta Nueva a Canal Plus. Breve historia de los medios de comunicación en España*. Madrid. Universidad Computense de Madrid.

Placencia, María Elena y Carmen García (2007): "Silent trends and directions for future" en M.E. Placencia y C. García (eds.) *Research on politeness in the Spanish-speaking world*. Mahwah-New Jersey-London. LEA. pp.369-383.

Plantin, Christian (1990): *Essais sur l'argumentation : introduction a l'étude linguistique de la parole argumentative*. Paris. Kimé.

Popper, K.R. (1972), *Objective Knowledge. An evolutionary approach*, Oxford, Clarendon.

Popper, K.R. (1974): *Conjetures and refutations. The growth of scientific knowledge*, London, Routledge and Kegan Paul.

Portolés, J. (1989): "El conector argumentative *pues*" *Dicienda*, 8, pp. 117-133.

Portolés, J. (1995): "Diferencias gramaticales y pragmáticas entre los conectores discursivos *pero*, *sin embargo* y *no obstante*" *Boletín de la Real Academia Española*, 75, 231-269.

Portolés, José (1998a): *Marcadores del discurso*. Barcelona. Ariel.

Portolés, J. (1998b): "El concepto de *suficiencia argumentativa*", *Signo & Seña*, 9, 201-224.

Portolés, J. (1998c): "La teoría de la argumentación en la lengua y los marcadores del discurso" en Martín Zorraquiano, M<sup>a</sup> A. y Montolío Durán, E. (Coords.): *Los marcadores del discurso. Teoría y análisis*. Madrid. Arco/Libros.

Portolés, J. (2004): *Pragmática para hispanistas*. Madrid. Síntesis. pp. 265-269.

- Quintiliano, Marco Fabio: *Institutionis oratorie*. Traducción inglesa (1970), Oxford. OUP.
- Ramage, J. D. y J. C. Bean (1995): *Allyn and Bacon Guide to Writing*. New York. HarperCollins.
- Reardon, Kathleen Kelley (1981): *La persuasión en la comunicación: teoría y contexto*. Barcelona. Paidós.
- Reyes, Graciela (1993): *Los procedimientos de cita: estilos directos e indirectos*. Madrid: Arco Libros.
- Reyes, Graciela (2002): *Los procedimientos de cita: citas encubiertas y ecos*. Madrid: Arco Libros.
- Reyes, Graciela (1995): *El abecé de la pragmática*, Madrid, Arco/Libros.
- Reyzábal, M.V. (1999): *La comunicación oral y su didáctica*, Madrid, La Muralla.
- Rottenberg, Annette T. y Donna Haisty Winchell (1997): *Elements of Argument: A Text and Reader*. Bedford/St. Martin's.
- Santamaría Suárez, Luisa y María Jesús Casals Carro (2000): *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*. Madrid. Editorial Fragua.
- Santamaría Suárez, Luisa (1997): *Géneros para la persuasión en periodismo*. Madrid. Editorial Fragua.
- Santamaría Suárez, Luisa (1990): *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*. Madrid. Paraninfo.
- Santiago Guervós, Javier de (2005): *Principios de comunicación persuasiva*, Madrid, Arco/Libros.
- Searle, J. (1969): *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge. Cambridge University Press.
- Searle, J. (1979): *Expression and meaning*. Cambridge. Cambridge University Press.
- Seco, M. (2004). *Diccionario de dificultades del español*. Madrid: Espasa Calpe.
- Serrano, M. José (2006): *Gramática del discurso*, Madrid, Akal.

Simonin-Grumbach, J. (1975): "Pour une typologie des discours" en J. Kristeva et al. (eds), *Langue, discours et société*. Paris. Seuil.

Singer, Jane B. (2006): "Stepping back from the gate: Online newspaper editors and the co-production of content in Campaign 2004" en *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(2), pp. 265-280.

Smith, E. L. (1985): "Text type and discourse framework", *Text* 5 (3). Pp. 229-247.

Spang, K. (2005): *Persuasión. Fundamentos de Retórica*. Pamplona. EUNSA.

Sperber, Dan y Wilson, Deidre (1981): "Irony and the use-mention distinction" en P.Cole (ed.), *Radical Pragmatics*, Nueva York, Academic Press, pp.295-318.

Sperber, D., y Wilson, D. (1986): *Relevance. Communication and Cognition*, Oxford, Blackwell.

Sperber, D. y Wilson, D. (2004): "La teoría de la relevancia" en *Revista de Investigación Lingüística*, vol. VII, pp. 237-286.

Tordesillas, Marta Inés (1993): "Conectores y operadores: una diferencia de dinámica argumentativa" en *Revista de Filología Francesa*, 3. Madrid. Editorial Complutense. pp. 233-244. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/THEL/article/viewFile/THEL9393120233A/34303> [Fecha de consulta 13/06/2014].

Tordesillas, Marta Inés (1998): "Esbozo de una dinámica de la lengua en el marco de una semántica argumentativa". *Signo y Seña* 9, pp. 347-380.

Toulmin, Stephen (1958): *The uses of Argument*. Cambridge. Cambridge University Press.

Toulmin, Stephen ([1979] 1984): *An Introduction te reasoning*. New York. Macmillan.

Tuchman, Gaye (1983): *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

Tuñón, Amparo (1990): "Anotaciones sobre la cultura periodística de referencia. El valor simbólico de la información de actualidad" en Juan José García Noblejas y José J. Sánchez Aranda (eds.) *Información y persuasión*. Pamplona. Servicio de Publicaciones de Universidad de Navarra.

Van Dijk, Teun A. (1983b): «Estructuras textuales de las noticias de prensa», en *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 7/8, marzo, pp. 77-105. Traducción de Núria Roig. Disponible en

<<http://www.discursos.org/oldarticles/Estructuras%20textuales%20de%20las%20noticias%20de%20prensa.pdf>> [fecha de consulta: 6 de mayo de 2010].

Van Dijk, Teun A. (1984b [1977]): *Texto y contexto*. 2ª ed. Traducción de Juan Domingo Moyano. Madrid: Cátedra.

Van Dijk, Teun A. (1983a [1978]): *La ciencia del texto*. Barcelona. Paidós Comunicación.

Van Dijk, Teun A. (1980): *Macrostructures*. Hillsdale, N. J., Erlbaum.

Van Dijk, Teun A. (1977): "Semantic macrostructures and knowledge frames in discourse comprehension" en M. Just y p. Carpenter (eds.): *Cognitive processes in comprehension*. pp. 3-32.

Van Dijk, Teun A. (1978): "A note on the partial equivalence of text grammars and context grammars." en Loflin, M. y Silverberg, J. (eds.) *Discourse and inference in cognitive anthropology*. The Hague. Mouton, pp. 135-144

Van Dijk, Teun A. (1990): *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.

Van Dijk, Teun A. (comp.) (2000a): *El discurso como estructura y proceso. Estudios del discurso: introducción multidisciplinaria*. Vol. I. Barcelona: Gedisa.

Van Dijk, Teun A. (comp.) (2000b): *El discurso como interacción. Estudios del discurso: introducción multidisciplinaria*. Vol. II. Barcelona: Gedisa.

Van Dijk, Teun A. (2000c): *Ideology and Discourse. A Multidisciplinary Introduction*. Disponible en <<http://www.discourses.org/OldBooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20Ideology%20and%20Discourse.pdf>> [fecha de consulta: 3 de abril 2012].

Van Dijk, Teun A. (2009): *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.

—— (2003): *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.

—— (2001): «El conocimiento y las noticias», en *Anthropos* (Barcelona), núm. 186, septiembre-octubre, pp. 23-36. Traducción de Manuel González de Ávila. Disponible en <<http://www.discursos.org/oldarticles/El%20conocimiento%20y%20las%20noticias.pdf>> [fecha de consulta: 8 de mayo de 2010].

—— (1999a): «El análisis crítico del discurso», en *Anthropos* (Barcelona), núm. 186, septiembre-octubre, pp. 23-36. Traducción de Manuel González de Ávila. Disponible en <<http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%20alisis%20cr%20tico%20del%20discurso.pdf>> [fecha de consulta: 7 de mayo de 2010].



— (1999b): «¿Un análisis lingüístico de la ideología?», en *Discurso, cognición y educación. Ensayos en honor a Luis A. Gómez Macker*, Giovanni Parodi Sweis (ed.), Valparaíso, Ediciones Universitarias de Valparaíso de la Universidad Católica de Valparaíso, pp. 27-42. Traducción de M. I. Zilleruelo. Disponible en <<http://www.discursos.org/oldarticles/Un%20estudio%20ling%FC%EDstico%20de%20la%20ideolog%EDA.pdf>> [fecha de consulta: 7 de mayo de 2010].

— (1998): «Opinions and Ideologies in the Press», en A. Bell y P., *Approaches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell.

— (1996): «Análisis del discurso ideológico», en *Versión* (México D. F.), núm. 6, pp. 15-43. Traducción de Ramón Alvarado. Disponible en <<http://www.discursos.org/oldarticles/An%El%20del%20discurso%20ideol%F3gic%20o.pdf>> [fecha de consulta: 7 de mayo de 2010].

— (1987a): *Communicating racism. Ethic prejudice in thought and talk*. Newbury Park, CA: Sage.

— (1987b): *News analysis. Case studies in international and national news*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

— (1984a): *Prejudice in discourse*. Ámsterdam: Benjamins.

— (1982): “Opinion and attitudes in discourse comprehension” en J. F. Leny y W. Kintsch (Eds.) *Language and Comprehension*, pp. 35-52.

Van Dijk, Teun A. y Walter Kintsch (1983): *Strategies of Discourse Comprehension*. New York. Academic Press.

Van Eemeren, F.H. y R. Grootendorst (1984): *Speech Acts in Argumentative Discussions: A Theoretical Model for the Analysis of Discussions Directed Towards Solving Conflicts of Opinion*. Dordrecht. Forais Publications.

Van Eemeren, F. H. y R. Grootendorst (1992): *Argumentation, Communication and Falacies: a pragma-dialectical perspective*. Hillsdale.N.J. Lawrence Erlbaum.

Van Eemeren, F. H., R. Grootendorst y Snoeck Henkemans, F. (1996): *Fundamentals of Argumentation Theory. A handbook of historical backgrounds and contemporary developments*. Mahwah, New Jersey. Lawrence Erlbaum Associates.

Van Eemeren, Rob Grootendorst, Sally Jackson y Scott Jacobs (2000): “La argumentación” en Teun Van Dijk (comp.): *El discurso como estructura y proceso. Estudios del discurso: introducción multidisciplinaria*. Vol. I. Barcelona: Gedisa.

Van Eemeren y R. Grootendorst (2004): *A Systematic theory of argumentation: the pragma-dialectical approach*. New York. Cambridge University Press.

Van Eemeren, F. Grootendorst, R. y Snoeck Henkemans, F. (2006): *Argumentación: Análisis. Evaluación. Presentación*, Buenos Aires, Biblos.

Werlich, Egon (1975): *A text grammar of English*. Hidelberg. Quelle&Meyer.

Williams, Bruce A. y Michael X. Delli Carpini (2004): "Monica and Bill all the time and everywhere: The collapse of gatekeeping and agenda setting in the new media environment" en *The American Behavioral Scientist*, 47(9), pp. 1208-1230.

Winter, E. (1994): "Clause relations as information structure: two basic text structures in English" en M. Coulthard (ed.): *Advances in Written Text Analysis*. London. Routledge. Pp.46-88.

Worthington, I. (1993): *Persuasion: Greek Rhetoric in action*. London - New York. Routledge.

Yanes Mesa, Rafael (2004): *Géneros periodísticos y géneros anexos. Una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Madrid. Editorial Fragua.

Zamarra López, María de las Mercedes (2007): "Cultura digital en los medios" en Mariano Cebrian Herreros y Jesús Flores Vivar (editores): *Blogs y periodismo en la red*. Madrid. Editorial Fragua. pp. 29-34.

Zammuner, V. L. (1987): "For and against: the expression of attitudes in discourse", *Text* 7 (4), pp. 411-434.